

المكتبة الإعلامية

# الفضائيات العربية ومتغيرات العصر

أعمال المؤتمر العلمي الأول  
للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

الدار المصرية اللبنانية

إهداء 2005

أ.د/ منى الحديدي

القاهرة

**الفنانيات العربية**

**ومتغيرات العصر**

**أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام**

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة

**الداء المصيبة اللبثانية**

18 هـ عبد الحالى ثروت - القاهرة

تليفون : 3910250 - فاكس : 3909618

ص.ب : 2022 - القاهرة

E-mail info@almasrafah.com

www.almasrafah.com

المستدير العام : محمد رشاد

المشرف الفني : محمد حجي

**المكتبة الإعلامية**

**هيئة التحرير**

أ.د. منى سعيد العدينى

أ.د. حسن عماد مكاوى

أ.د. حسن محمد عبد الشافى

رقم الإيداع : 2004/17853

الترقيم الدولى : 8 - 270-977

الطبعة الأولى : ذو الحجة 1425هـ - يناير 2005م



# الفنائيات العربية

## ومتغيرات العصر

أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

رئيس المؤتمر

أ. د. منى سعيد الحديدى

أمين عام المؤتمر

أ. د. حسن عماد مكاوى

الدار المصرية اللبنانية



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ﴾

صدق الله العظيم  
(سورة القلم - الآية ١)



## المكتبة الإعلامية

من منطلق حرص الدار المصرية اللبنانية على إصدار سلاسل متخصصة في مختلف العلوم والفنون والآداب ، تأتي هذه السلسلة (المكتبة الإعلامية) لتتكامل مع سلاسل أخرى أصدرتها الدار في العلوم التربوية والدينية والأدبية والفكرية ، بما يسمح بسهولة متابعة الإنتاج الفكرى الجديد لكافة الدارسين والممارسين .

وتهدف هذه السلسلة إلى تحقيق الأغراض التالية :

١ - إثراء المكتبة العربية في مجالات علوم الاتصال وفنون الإعلام ، حيث شهدت هذه العلوم تطورات كبيرة خلال القرن العشرين، وأصبح الإعلام ظاهرة مؤثرة في جميع الأنشطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

٢ - ظهور عديد من كليات وأقسام الإعلام في الجامعات المصرية والعربية ، وحاجة هذه الأقسام إلى متابعة الإنتاج الفكرى في مجال الإعلام الذى يسهم في تطوير فروع علم الاتصال من منظور عربى .

٣ - تزويد الممارسين للعمل الإعلامى بالمعلومات الجديدة في مجالات التكنولوجيا والإنتاج الإعلامى ، وتأثير الرسائل الإعلامية والإعلانية على الجماهير المستهدفة .

٤ - نشر الثقافة الإعلامية من خلال التأليف والترجمة ونشر الرسائل المتميزة للماجستير والدكتوراه ؛ لأهمية هذه الثقافة التى أصبحت ضرورة لا غنى عنها ؛ لتيسير الانتفاع بمصادر المعلومات والإعلام المتعددة في العصر الحديث .

**الناشر**



## فهرس المحتويات

١١	تقديم .....
	الجلسة الافتتاحية للمؤتمر
١٣	كلمة السيد / صفوت الشريف - رئيس مجلس أمناء الأكاديمية .....
١٦	كلمة م. / عبد الرحمن حافظ - رئيس المجلس التنفيذي للأكاديمية .....
٢١	كلمة أ.د. / منى الحديدي - عميدة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام - رئيس المؤتمر .....
٢٣	كلمة أ.د. / حسن عماد مكاوى - وكيل الأكاديمية - أمين عام المؤتمر .....
	البحوث :
٢٧	١- البث الإذاعى عبر التوايح الصناعية وحقوق الإنسان .....
	٢- تأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على التعرض لوسائل
٧٥	الاتصال .....
١٣٧	٣- الفضائيات العربية والتعارب الدولية .....
١٥٧	٤- الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية .....
١٨٧	٥- رؤية علمية لتطوير الخدمة الإخبارية بالفضائية الأولى المصرية .....
٢٠٣	٦- استطلاع رأى الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية .....
	٧- الممارسات الإعلامية لمراسلى وسائل الإعلام فى فلسطين - دراسة تطبيقية
٢٤٩	على المراسلين الفلسطينيين .....
٢٧٩	٨- المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق فى الفضائيات العربية .....
٣١١	٩- اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .....
	١٠- تقوم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية فى ضوء آراء عينة من
٣٤٣	النخبة المصرية .....
٣٨٧	١١- البث الإذاعى عبر الفضائيات العربية وإدارة الأزمات .....

١٢-	المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية .....	٤٣٩
١٣-	صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية وآثارها على إدراك الجمهور للمواقع الاجتماعي .....	٤٧٥
١٤-	استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية .....	٥١٥
	<b>أوراق العمل</b>	
١-	فن إدارة الشاشة .....	٥٤٣
٢-	دور الفضائيات العربية في دعم الدبلوماسية العربية .....	٥٤٩
٣-	دور الإعلام في الحفاظ على التراث .....	٥٥٧
٤-	الجوانب الاقتصادية والإدارية للفضائيات العربية .....	٥٧٧
٥-	القيم الفنية في شعارات القنوات الفضائية العربية .....	٥٨٣
٦-	الفضائيات العربية والمحتوى : المراهقون العرب وتلفزيون الواقع .....	٥٩١
٧-	علاقة الفضائيات العربية بالصحافة المصرية .....	٦١٣
٨-	أحلاقات الإعلام والفضائيات العربية .....	٦٢١
٩-	قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية .....	٦٤٧
١٠-	النقد التلفزيوني في الصحافة المصرية .....	٦٧٧
١١-	النقد التلفزيوني في الصحافة العربية .....	٦٨٣
١٢-	تجربة راديو وتلفزيون العرب .....	٦٨٩
	<b>الخاتمة</b>	
	بليو جرافيا التراث العلمي .....	٦٩٥



## تقديم

يسأتى هذا الإصدار « الفضائيات العربية ومتغيرات العصر » في إطار إصدارات سلسلة المكتبة الإعلامية حاملاً رقم ( ) من إصداراتها المتعاقبة ، مقدماً عدداً خاصاً متميزاً ذا طبيعة خاصة من حيث مضمونه وهلفه وحجمه حيث يقدم على مدى عدد (٧٥٢) صفحة لكل المهتمين بمجال الإعلام عامة والإعلام الفضائي والإعلام السمبصري والإعلام الدولي خاصة من خبراء وباحثين ومخططين وقائلين بالاتصال من مبدعين ومنفذين ، ودارسين في مرحلة الإعداد والتكوين ، نتاج أعمال المؤتمر العلمى للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام بمدينة الإنتاج الإعلامى بالسادس من أكتوبر حول « الفضائيات العربية ومتغيرات العصر » ، والذي عقد في يوليو ٢٠٠٤ برعاية السيد محمد صفوت الشريف رئيس مجلس أمناء الأكاديمية ، وبمشاركة لفيف من الخبراء والباحثين ومتعددي القرار والممارسين من كل أنحاء الوطن العربى ؛ حيث جاء عقد المؤتمر مواكباً لفاعليات مهرجان القاهرة السنوى للإذاعة والتلفزيون يوليو ٢٠٠٤ ، مما أناح فرصة توفير مشاركة عربية واسعة النطاق على مستوى جلسات المؤتمر وفاعلياته ، شملت الباحثين والممارسين في تفاعل واضح وحلمس مهني ؛ سعياً لمزيد من التطوير وزيادة فاعلية الإعلام العربى في خدمة قضايا التنمية والتحديث والتقارب والتفاهم والاتصال العربى والمحوار مع الآخر .

وسعياً لمزيد من فرص الاستفادة من حصاد هذا المؤتمر ، والذي تضمن أربعة عشر بحثاً علمياً باللغة العربية ، تناولت موضوع الإعلام عبر الراديو والتلفزيون ، ومنها على سبيل المثال :

- ١- البث الإذاعى عبر التوايح الصناعية وحقوق الإنسان .
- ٢- الإعلان التجارى فى الفضائيات العربية .
- ٣- البث الإذاعى عبر الفضائيات العربية وإدارة الأزمات .
- ٤- صورة المرأة كما تعكسها الدراما فى الفضائيات العربية ، وأثارها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى .
- ٥- اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .
- ٦- تقويم الإداء الهئى للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ، فى ضوء آراء عينة من النخبة المصرية .
- ٧- المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية وللواقع الإخبارية .
- ٨- استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية .

بالإضافة إلى عدد من البحوث باللغة الإنجليزية ، تناولت موضوع الوسائط المتعددة والإنترنت قدمت من باحثين وأعضاء هيئة تدريس من الجامعات المصرية والعربية ، وبعض الجامعات الأجنبية بجمهورية مصر العربية ( الجامعة الأمريكية ) تم تحكيمها وإجازتها من الأساتذة الأكاديميين ، حسب التخصص الدقيق لموضوع البحث .

بالإضافة إلى عدد إحدى عشرة ورقة عمل ، قدمها عدد من الخبراء والممارسين حول قضايا الإعلام الفضائي ، ومنها .

١- فن إدارة الشاشة .

٢- دور الفضائيات العربية في دعم الدبلوماسية العربية .

٣- الفضائيات العربية والمحتوى : المراهقون العرب وتلفزيون الواقع .

٤- أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية .

وقد جاء حرص السلسلة على توفير هذا الإصدار ، وتقديم تاج هذا المؤتمر من بحوث وأوراق عمل باللغة العربية ضمن إصداراتها في مستهل عام ٢٠٠٥ ؛ تأكيداً على أهمية التكامل بين النظرية والتطبيق والتفاعل بين المنظرين والباحثين والمخططين والمبدعين والمنفذين في مجال العمل الإعلامي ؛ مما يساعد على مزيد من التطوير والتحديث المستمر للبيئة الاتصالية العربية ووسائل الإعلام ومخرجاتها في عصر ، اتسم بأنه عصر المعرفة وعصر ديمقراطية الاتصال ، وعصر الاتصال عن بُعد عبر الفضائيات وتكنولوجيا الحاسب . وبأني إصدار البحوث الإنجليزية فيما بعد في إصدار خاص بها .

وقد حرصت الهيئة الاستشارية للسلسلة على تبويب البحوث بشكل ، يحقق للقارئ التدرج من العام إلى الخاص ، كما أفرد المؤتمر لتجارب وشهادات نخبة من مسئولى الإعلام العربية مساحة لعرض تجاربهم تقديمها بشكل خاص كلمة الأستاذ محمد صفوت الشريف ، رئيس مجلس أمناء الأكاديمية ، وكلمة م. عبد الرحمن حافظ ، في إطار الجلسة الافتتاحية للمؤتمر ، وكلمة الشيخ صالح كامل في الجلسة الختامية للمؤتمر . وفي تقليد علمي جديد ، يقدم هذا الإصدار ببليوجرافيا شارحة لكل البحوث والدراسات العربية الخاصة بموضوع الفضائيات العربية ، في ختام هذا الكتاب ، الذى تمنى أن يمثل إضافة إلى المكتبة الإعلامية العربية ، وأن يكون مرشداً لكل المعنيين بخاضر الإعلام العربى ومستقبله .

وفقنا الله جميعاً لما فيه خير أمتنا العربية .

**هيئة التحرير**

## الجلسة الافتتاحية للمؤتمر

كلمة السيد / صفوت الشريف رئيس مجلس أمناء الأكاديمية

بداية ، أود أن أعبر في الجلسة الافتتاحية للمؤتمر عن مدى سعادتي واعتزازي بالاجتماع بكم ، والحدث معكم في رحاب الأكاديمية التي تعد أحد مراكز التميز في المنطقة العربية في مجال إعداد الإنتاج الإعلامي وعلوم وتخصصات العصر، حيث الجمع والتكامل بين عنصرى الدراسة الأكاديمية وفق أحدث الأساليب العلمية والمدارس الفكرية والتربوية ، على أبهى مجموعة من خبرة أساتذة وعلماء علوم الإعلام وفنونه ، وأحدث الإسكانات التطبيقية والعلمية والإنتاجية غير المحدودة وغير المسبوقة في مدينة الإنتاج الإعلامي . ويضاعف من سعادتي اليوم ارتباط اللقاء بافتتاح أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية، والذي يمثل إضافة جديدة لأنشطتها التي تنمو بشكل مستمر وتخطيط علمى ورؤى مستقبلية ، بما يخدم أهدافها على مستوى العملية التعليمية والبحثية وخدمة المجتمع وتنمية البيئة .

فمع بداية الفصل الدراسى السادس من عمر الأكاديمية ، بدأت بما برامج الدبلومات المهنية المتخصصة لتوافر نوعية جديدة ومستوى متقدم من التدريب والتأهيل المتعمق للكوادر الإعلامية الشابة في أكثر من مجال ، ونرجو مع بداية العام الأكاديمى الثالث ، أن نعلن عن قيام كيان جديد يضاف إلى الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام وهو: "أكاديمية هندسة الإعلام" ، التي بدأت الخطوات التنفيذية لإنشائها ، والتي ستكون كيانا هندسيا متخصصا في هندسة الإعلام . . والتفكير في إنشاء هذه الأكاديمية يعود إلى عدم وجود جهة علمية أو أكاديمية تعمل على إعداد وتخريج كوادر هندسية ، تقدم الإعلام وجميع تخصصاته بشكل مباشر .

وستتضمن هذه الأكاديمية الجديدة أربعة فروع رئيسية وهى : هندسة الاتصالات والمعلومات ، وهندسة الإلكترونيات والحاسبات ، وهندسة القوى الكهربائية ، وهندسة العمارة والتخطيط العمران في الإعلام . ينقسم كل فرع فيها عدة شعب فرعية تتعامل مع كل تخصصات الإعلام . وما أجهل أن نعلن أمام الخبراء والمتخصصين قيام هذا الكيان الجديد . ولا شك أن هذا التطوير المهم يمثل إضافة جديدة وقوية للأكاديمية الأم : "الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام" والتي تجتمع في رحابها اليوم، في نهاية العام الأكاديمى الثانى ؛ لتشارك وتلتقى في المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية حول أحد موضوعات الساعة : "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" .

فالיום ، وقد أوضحت الدراسات التي صدرت عن المؤتمر الدولي للفضائيات الذي عقد في باريس في الشهر الماضي - أن الفضاء يحتضن ويث ما يقرب من ٨٠٠٠ قناة مفتوحة ومشغرة . . متخصصة إلى أبعد حدود التخصص . . وعامة إلى أقصى حدود التنوع ، تستخدم أحدث تكنولوجيا الاتصال في البث والاستقبال ، لتحقيق أعلى درجات الإهمار والجاذبية وسهولة الاستخدام ، قنوات فضائية أقلية لمضامين لها أهدافها الظاهرة ، والأخرى الخفية ، مضامين تعدد أيديولوجياتها وأجنداتها السياسية والثقافية ، الأمر الذي جعل المواطن المحلى مواطننا عالميا أيا كان مستواه الاقتصادي والاجتماعي ، وفي الوقت نفسه قد يشعر بهتزاز الرؤية أمام عينيه نتيجة للتنوع الشديد المعروض عليه . أقول دائما : لقد عشنا عصر المشاهدة بالإجبار ، ونعيش اليوم عصر المشاهدة بالاختيار ، مما يشكل تحديا هائلا أمام الإعلام العربي : أرضيا أو فضائيا ليتشل هذا المواطن ، ويضعه على الطريق الصحيح . وتلك مسؤوليته: أن يحافظ على العقل العربي والعقل الوطني ، معالي دون حصر أو وصاية ، ويحمل الكوادر الإعلامية مسؤولية كبيرة ، والدور الرئيسي فيما يخص معالجة قضايانا المحلية والعربية والدولية ، وهو دور عليكم أن تستمدوا له وأن تستكملوه يا شباب الإعلام. وقد أصبحت أولى الدفوعات التي ستخرج في هذا الصرح التعليمي والإعلامي لا يفصلها عنه سوى عامين ، وهو ما يؤكد على عظم المهمة التي تنتظركم كإعلاميين ، فالإعلام اليوم بوسائله المتعددة التقليدية والحديثة ، لم يعد وسيلة هدفها الترفيه أو الإخبار فقط ، بل صار أداة من أدوات السياسة الداخلية والخارجية والترويج والتسويق السياسي لأية دولة من داخل المنطقة أو خارجها ومحركا أساسيا للاقتصاد ، ووسيلة لتحقيق الإصلاح والتطوير الاجتماعي ، ونحن نشهد يوميا كيفية تعامل وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة مع القضايا والتطورات الإقليمية والعالمية ، سواء تلك المتعلقة بأحداث طارئة أم مستجدة من ناحية ، ومن ناحية أخرى بالقضايا ذات الجذور التاريخية . وإن واثق من أنكم وأساتذتكم تتابعون وتدققون في كل ما يحدث حولكم في هذا المجال .

التاريخ يجب ألا يضيع، التاريخ ليس مسرحية درامية ، التاريخ حقيقة وواقع ، فإن نسينا التاريخ ضلنا الطريق . ومن هنا أقول للممارسين : مزيدا من الإنصات الحقيقي للصوت العلمي ، ومزيدا من التسامح العقلي في قبول النقد ودعوة الباحثين للإجادة ، أقول للممارسين في الفضائيات العربية : املوا من البحوث ونتائجها، واتخذوا منها أساسا للتخطيط الإعلامي ، لم تعد العشوائية تصلح أن تعيش أو تستمر ، وأسقطوا حواجز العزلة بينكم ، وبين المؤسسات العلمية ، فهي ثروة بعلماء ضمايرهم وطنية ، وأهدافهم نبيلة ، لأنه إذا اجتمع العلم البناء مع ممارس محترف ومبدع ، فالنتيجة الطبيعية : رسالة إعلامية فعالة .

إن هذا المؤتمر سوف يخرج بشعار طيبة ، علينا جميعاً أن نقطعها لنرى إعلاماً فضائياً عربياً ، إنني أُنسّق في حرية الإعلام وأنحاز تماماً إلى أن تتعدد الرؤى ، فتتعدد الأفكار والآراء في القنوات الفضائية ؛ فقد انتهى عصر القوالب الجامدة وتزداد الحرية ، ولا بد أن تزداد في إطار من احترام القيم دون الإخلال بالمواثيق التي تحمي شرف المهنة ، ولكنني أرفض أن تكون تلك المواثيق التفافاً حول الحرية أو قيوداً أو حصاراً على حرية الكلمة ، بل علينا أن نسمو بالحوار ، وقنواتنا عليها أن تنفتح مع الآخر ، تخاطبه ، تحاوره . ونحن قد خرجنا إلى العالمية تكنولوجياً ، ولكن لازلنا نحمل خطاباً عالياً أو عربياً ، ولكننا لا نخاطب الآخر بلغته ، نحن نحب أن نخاطب أنفسنا ، ونعشق أن نخاطب أنفسنا ، ونبتعد عن مخاطبة الآخر ، نريد أن نفتحم فكر الآخر ، وأن نتسلل إليه بطريقة علمية مقبولة برسالة: مضمونها وإبداعها. نحن لدينا إعلام ومفكرون ، كتاب ثقافة ، أدب ، فنانون ، مبدعون ، لدينا موهوبون ، ولدينا قدرات هائلة عظيمة تمثل حضارة أمة نعتز بها . ويمكن أن ننطلق بها إلى آفاق العالمية الحقيقية ، للتعكاف دون أن نستطابق ، فلنختلف دون أن نحيط روح الأمة ، رسالتنا رسالة تنوير ، والتنوير لا يتحقق إلا بالتحفيز والنقد ، والانطلاق من قاعدة علمية معلوماتية ، ما أخرجنا إلى كودارد متخصصة ، عالمية المستوى قابلة للتعامل مع تطورات وتكنولوجيا العصر . ذلك هو الدور الذي تسعى إليه الأكاديمية الدولية للعلوم الإعلام ، التي كانت حلمنا وأملنا ، وما أسعدني أن أجد الحلم حقيقة ، هي منارة في صرح مدينة النور والعلم والإبداع . أرجو أن تقولوا لنا عن مستقبل الإعلام العربي ، أرجو أن تقولوا لنا عن مستوى الفضائيات العربية ، قولوا فأنتم الخبراء الباحثون المدققون ؛ فقولكم هو قول الحق المجاهد ، قولوا لنا أين موقع الراديو في ظل قفزة ثقافة الصورة ولن ننازل عنه ؛ فالأذن تبحث عنه في حدود ، قولوا لإذاعتينا ما هو المستقبل ، وأنتم لا بد أن تحتفظوا بتواجدكم في كل بيت ومزرعة وحقل ، ولديكم أحدث التكنولوجيا التي تتحركون بها ، دون كاميرات وضوء وعرجين وسلسلة من صناعات الإعلام ، قولوا للإذاعيين ؛ إن ثورة الاتصال قادمة ، خادمة لكم في الفضاء ، وسوف يتحدثون في دورة قادمة عن راديو الفضاء ، قولوا لنا وثقوا ذكرياتكم عن طريق انطلاق البث الفضائي مفتوحاً أو مدفوعاً ، أشيعوا ثقافة الحب والوحدة ، ثقافة تشر أن الأمة العربية حصينة بفهم أبنائها وانفتاحهم وقدراتهم على التعامل مع التغيرات . الأخبار حق وحقيقية وليست تمثيلية ، ومسرحية الأخبار سبق وتدقق واحترام ، تلسك كلمات خرجت بها عن كلمتي المكتوبة ، ولدي ما أقوله الكثير ، لقد قضيت عمري بينكم ، وأنتم الخبراء ، ونظرتكم ستكون وتسهر نحو تحقيق الأهداف الكبرى لأمتنا العربية .

كلمة م. / عميد الرحمن حافظ رئيس المجلس التنفيذي للأكاديمية

السيد الفاضل الأستاذ صفوت الشريف : الأمين العام للحزب الوطني الديمقراطي ، رئيس مجلس أمناء الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ..

الأستاذة الدكتور / منى الحديدي : عميد الأكاديمية ، رئيس المؤتمر ..

أيها الجمع الكريم ، من السيدات والسادة ..

لعلها دلالة مباشرة ، أن تعقد الأكاديمية ، في ختام عامها الدراسي الثاني ، المؤتمر العلمي السنوي الأول ، تحت عنوان : " الفضائيات العربية ومتغيرات العصر " ليأتي تأكيداً على أن هذا الكيان التعليمي المستفرد والرائد في المنطقة قد استوى على عوده ، وحاز إعارة الترحيب والاكتمال ، حينما اختار هذا الموضوع - شديد التخصص - ليكون موضوع مؤتمره الأول.. كما أنه شهادة تقدير تحسب له ، وتعلننا نحى هذا الملتقى الفكرى الذى مضى من فكر الأستاذ صفوت الشريف ، وكان وراء هذا الإنجاز العلمى ، الذى أجزم أنه أضاف جديدا متميزا ، لمنظومة الإعلام المصرى .. وهكذا هو دأبه .. دائما .

\*\*\*

السادة الحضور ..

قبل ٣٠٠ عام حكم الذين يسيطرون على البحار : العالم .. أما الآن فإن المفتاح هو الفضاء ، لمن أراد السيادة والريادة .. ومن هنا .. كان ظهور الفضائيات العربية التى جاءت استجابة طبيعية لثورة الاتصال وتكنولوجيا الأقمار الصناعية ، ونتيجة لتزايد الفضائيات الأجنبية الموجهة للمنطقة العربية ؛ مما دعا الحكومات والشركات الخاصة ، فى عالمنا العربى إلى إنشاء قنوات فضائية تهدف الى جذب المشاهد ، وتحول بينه وبين معظم الروافد التى تمثل فى غالبيتها خطرا بالغاً على الهوية ، والتكوين الثقافى والأخلاقي لمجتمعاتنا .

ومسند الحلم الذى أطلقه " آرثر كلارك " أحد رواد الجمعية البريطانية لما بين الكواكب ، الذى اقترح لأول مرة فى أكتوبر ١٩٤٥ إنشاء خدمات تلفزيونية عبر الأقمار الصناعية ، افعل العالم بالعكس الذى يمكن أن توحد العالم ، وتجعل منه قرية صغيرة ، حتى شهدت بداية الألفية الثالثة ، ودخول العالم قرنه الحادى والعشرين ، ثورة تكنولوجيا حبارة فى مجال الأقمار الصناعية القادرة على التغطية الشاملة ، والوصول بالث التلفزيونى إلى المشاهدين فى منازلهم دون عناء ، فيما يعرف بـ " انسكاب الإشارة " وبالتالى ظهور بعض المتغيرات على الساحة الإعلامية .

وإذا كانت أولى خطوات البث المباشر قد ظهرت في العالم عام ١٩٦٧ بظهور ما أطلق عليه : " التلفزيون العالمي " من خلال الأقمار الأربعة التي كانت موجودة بالقضاء حينئذ ، فإن الوطن العربي لم يشهد البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية إلا عام ١٩٨٩ ، ليتحول الإعلام الفضائي في العالم، للمعتمد على الميديا إلى أيديولوجية حاكمة ومؤثرة ، أطلق عليها : مصطلح " الميديا لوجيا " التي أصبحت تمارس تأثيرها على كافة نواحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية .

وهنا ، نؤكد أن الانطلاقة المصرية ، نحو الريادة الفضائية كانت الأسبق والأقوى: حجما وتأثيرا في المنطقة العربية ، سواء من خلال فضائياتها العامة أو منظومة المتخصصة التي فتحت الباب أمام مفهوم الإعلام المتخصص ، لتصنع جميعها مجموعة من الآثار الإيجابية ، منها :

أولا : تداول الأخبار عبر تلك القنوات الفضائية ، والإخبارية منها بالذات في اللحظة ذاتها، حتى أصبح المرء يعيش الحدث في مراحله المختلفة ، دقيقة بدقيقة ، وهي إحدى الإنجازات التي تأثر فيها الإعلام العربي بمصالح الإعلام الولاد ، وبدأ يحذو حذوه في مسألة غاية في الأهمية والخطورة ، بل لعله - من نافذة القول - أن يصبح لدينا قنوات تغني المشاهد عن إدارة مؤشر تليفزيونه إلى قناة هنا أو هناك، بحثا عن حقيقة غالية ، أو مصادقية مفقودة .

ثانيا : ازدهار المجال الرياضي ، من خلال النقل المباشر للمباريات حول العالم ، وما يحيط بها من برامج حوارية ومتوعة تصب في الاتجاه نفسه .

ثالثا : إحياء التراث السينمائي والدرامي ، من خلال قنوات الدراما والأفلام ، التي حققت ثقافة سينمائية عالية ، من خلال ما تبثه على مدار الساعة من أعمال قلبية وحديثة .

رابعا : نشر الوعي الصحي ، من خلال التعريف بالأمراض المختلفة ، واستعلام الأقمار الصناعية في تشخيصها عن بعد ، والمساهمة في إجراء العمليات الجراحية عن بعد أيضا ، بفضل ظهور بعض القنوات المتخصصة ، وعلى رأسها قناتا : حورس ونفرتي .

خامسا : إتاحة الفرصة أمام المشاهد ليكون أمام اختيارات كثيرة ومتنوعة ، سواء على مستوى القنوات أم على مستوى المضامين .

سادسا : إطلاع المشاهدين على أنماط من ثقافة الشعوب والتعرف على درجة التقدم والرقي الذي يتحقق لديها في المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية ، وهو ما يسمى بـ " التفتح السمع " حيث إن التعريف بأنماط وتفكير وطرق حياة الشعوب الأخرى الإيجابية ، يحفز المجتمع على تطوير ذاته .

سابعاً : وبإني التعريف بالجهود التنموية التي تبذلها الدول العربية في كافة المجالات ، وفي مقدمتها :  
التعليم وحو الأمية ، على رأس قائمة الإيجابيات التي حققتها الفضائيات ، حيث ظهرت سيع  
قنوات تعليمية وحو الأمية ، بقطاع النيل للقنوات المتخصصة ، وقناة المناهج بشبكة الأوائل .  
ثامناً : ثم - وذلك هو الأهم - أتاح هذه القنوات المجال أمام رؤى وآراء جريئة ، لم يعتد عليها  
معظم المواطنين العرب في قنواتهم المحلية ، كما قدمت هذه القنوات أيضاً أنماطاً من الحياة لم  
يشاهدوها من قبل .

إلا أن الأمر لا يخلو من مجموعة من الملاحظات ، أفرزتها طبيعة الوضع الفضائي القائم في الدول  
العربية ، أهمها : عدم التنسيق بين الفضائيات العربية ، فيما تقدمه من مضامين ، الأمر الذي أدى إلى  
تشابه ما تقدمه ، وهو ما يستوجب ضرورة تخفيف الرقابة على المضامين البرمجية بين الدول العربية ،  
وزيادة التبادل البرمجي فيما بينها ، مع زيادة التسهيلات الممنوحة في هذا المجال ، وإعفاء المضامين  
الإعلامية العربية من الرسوم والضرائب وأجور النقل ، لمواجهة الاختراق الثقافي .

إلا أن الصورة الواقعية للفضائيات العربية تتمثل في زيادة خسائر ، بغضها نتيجة المنافسة فيما  
بينها ، مع محدودية وضعف المساحة الإعلانية ، من ناحية ، وتزايد هذه القنوات يوماً بيسبب التقنية  
الرقمية التي سادت العصر الحالي ، بالإضافة إلى الاتجاه الجديد المتمثل في أن الدول أصبحت تقيم أهميتها  
الخاصة ، ليس من خلال مكانتها الاقتصادية والبشرية ، أو مكانتها الجغرافية ، وثقلها السياسي ، بل  
بتأثير قنواتها الفضائية . وعلى الرغم من ذلك .. ما زالت هناك مشكلة عدم تكافؤ في توزيع القوى في  
بجال الإعلام ، حيث إن هناك قلة قليلة قوية الإنتاج والإرسال . أما الغالبية فلها مستقبل ما ينتجه  
الأخرون ، ويرسلونه إليها

\*\*\*

وثيق الصلة بهذه المسألة .. أن المضامين التي تقدمها القنوات الخاصة ، تؤدي إلى زيادة الاتجاهات  
نحو الاستهلاك ، وانتشار نمط الحياة الاستهلاكية ، الذي لا يتلاءم مع إمكانات الدول النامية ، مما أدى  
إلى ظهور ما يسمى بـ "ثورة التطلعات" التي تتحول في هذه الدول - نظراً لظروفها الاقتصادية - إلى  
"ثورة إحتباطات" وطميش الهوية القومية .



ليس ذلك فحسب .. بل انتقادات موجهة إلى بعض القنوات الخاصة ، والمتخصصة في مجال الغناء والموسيقى ، بالذات ، نحو أنماط ساعدت على طغيان قيم وعادات مجتمعات ، تختلف بشكل كبير عن مجتمعاتنا العربية ، فقامت عن غير عمد ، وهذا في أحسن حالات الظن بها ، بتنميط متزايد للسلوك البشري في اتجاه يبعد كثيراً على ما تربى عليه الناس وسط مجتمعاتهم الشرقية ، وأخلاقيات المجتمعات العربية . وهو ما يدعوننا إلى وقفة متأنية ، للتبصر فيما نفعل ، وفيما بقودنا إليه هذا الفعل ، حفاظاً على هوية ، نخشى أن تضيع لمهائياً ، ونبحث عن أنفسنا ذات يوم ، فلا نجدها .

وإذا كان هذا وارداً في مجال الموسيقى والغناء .. فما بال من يكملون ساعات بهم الطويلة بأفلام ومسلسلات وافدة ، خاصة في فترتي المساء والسهرة : ذروة المشاهدة العربية ، التي تتضمن ما قد يساعد على تشويه الحقائق الثابتة ، وعرض مضامين إباحية ، تشكل خطورة على المستوى الأخلاقي ، وتؤدي إلى إشاعة روح الانهزامية واليأس واللامبالاة ، وتنطيط الوعي ، وهو ما يمثل تحدياً فكرياً وحضارياً ، يراجع معه مفهوم القومية والسيادة الوطنية. بل أخطر من ذلك ، فإن بعض المضامين المحلية لبعض القنوات الفضائية ، التي تحاكي نظيرها الأجنبي - دون وعي - تعد أكثر خطورة على المجتمع ؛ لأنها تتوجه إلى مواطنيها بلغتهم ، ومن عقر دارهم . فهي إذاً أشد منه خطورة ؛ لأنها تتجاوز مرحلة واعية ، وتسرّب إليه بكل سهولة ويسر ، وينطبق عليها عندئذ مقولة : "الإعلام العربي أداة ضد الواقع العربي" ..

من هنا ، لابد من تنامي الوعي بضرورة إيجاد البديل المتنوع والشائق والقادر على منافسة الوافد ، وترسيخ الاقتناع بأهمية تعاون كل الأطراف في إيجاد هذا البديل ، والبعد عن الدائرة المفرغة التي تسع كلما نصح برنامج ترفيهي ، سارعنا إلى استثمار نجاحه بشكل مبالغ فيه ، حتى ازدادت القنوات الترفيهية ، وزادت عن الحد .

\*\*\*

#### أيها السيدات والسادة الحضور ..

والحال هكذا .. دعوني أوضح الحقيقة التي لا تغيب عن أذهانكم .. ذلك أن الإنتاج التلفزيوني العربي ، لا يتلاءم مع المطلوب لسد حاجات هذه القنوات التي تتسع رقعتها ، يوماً بعد يوم . ولذا ، فهي تستعين بالمضامين التلفزيونية المستوردة ، والتي تتراوح ما بين ٢٥٪ إلى ٥٠٪ مما تقدمه هذه القنوات ، والذي يطغى عليه الطابع الترفيهي ، مما يزيد من تغييب وعي المشاهدين . ويرجع ذلك إلى أن

بعض الدول العربية تطلق قنوات فضائية دون أن يكون لها إطار من الأهداف المنوط بها تحقيقها ، أو عدد ساعات مناسب من المضامين التليفزيونية أو الإمكانيات البشرية والتكنولوجية المتوافرة ، حيث يذهب البعض إلى أن الصلة انقطعت بين بعض القنوات الفضائية العربية وجمهورها .

\*\*\*

وبعد ..

يبقى الشكر الجزيل .. لمن يقود منظومة الإعلام المصرى بنجاح ، وجعل منه المثل والقُدوة ، لمن حصول أفكاره إلى مشاعل نور تضيء سبيل المواطنين نحو العلا ، فى زمن تعاظم فيه دور الإعلام ، وأصبح هو الهادى نحو آفاق التنمية والرخاء .. والبصمة الأولى التى تحافظ على الهوية ، ورسالة بالحب والخير توجهها للآخر ، فى وقت تتكالب فيه على أمتنا تحديات البقاء وإثبات الذات ..

كل عام وأنتم بخير .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته .

كلمة أ.د. / صفى العديدي عميدة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام - رئيس المؤتمر

السيد / محمد صفوت الشريف

أمين عام الحزب الوطني الديمقراطي ، ورئيس مجلس الأمناء .

المهندس / عبد الرحمن حافظ

رئيس الشركة المصرية للإنتاج الإعلامي .. رئيس المجلس التنفيذي .

الأساتذة الأجلاء ، السيدات والسادة أعضاء المؤتمر ، ضيوفنا الكرام :

يأتني لقاءنا اليوم في إطار افتتاح أعمال " المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية " والذي يتخذ موضوع " الفضائيات العربية ومتغيرات العصر " محورا لأنشطته وفاعلياته على مدى ثلاثة أيام بمشاركة نخبة من الخبراء ومتخذى القرار والباحثين والمبدعين والممارسين الإعلاميين العرب ، مما يشكل تكاملا وتناغما بين الشركاء في المسؤولية .

كما يمثل انعقاد المؤتمر خطوة أساسية لتحقيق الأهداف المنشودة والمترتبة من إنشاء الأكاديمية. فنسأل جائب الدور التعليمي لها على مستوى إعداد وتأهيل وتكوين الكوادر الإعلامية في مختلف علوم الإعلام وتخصصاته وفنوننه ، تبرز أهمية النور البحثي والمشاركة في حلمة المجتمع ، وتنمية البيئة للمؤسسات التعليمية الأكاديمية، من خلال إسهامها في خريطة البحث العلمي، خاصة من خلال نمط البحوث الوظيفية التي تساعد على رصد الواقع وتحليله وتقييمه على أسس موضوعية؛ لاستشراف المستقبل على أساس علمي سليم يتخذ من السليبيات والخطأ بداية للنجاح، ومن الإنجاز طريقا لمزيد من التطوير والتحديث ؛ مما ينعكس على رسم السياسات والتخطيط المستقبلي الذي يلي احتياجات الحاضر وطموحات المستقبل في عصر يتسم بالتغيرات المتلاحقة والمتداخلة والمتشابكة، ويتميز بالمنافسة على عنصر الجودة .

ويأتي وضع المؤتمر تحت رعاية السيد / محمد صفوت الشريف وتشريفه للجلسة الانتاحية وحرصه على متابعة فاعلياته ، على الرغم من مسؤولياته وبرنامجه المزدحم ؛ تأكيداً من سيادته على أهمية التكامل بين النظرية والتطبيق وأهمية الحوار الموضوعي حول قضايا الإعلام العربي ، وما يحول عليه من أهمية النتائج والتوصيات التي سينتهي إليها المؤتمر ، والذي يتضمن أكثر من خمسة وأربعين بحثاً وورقة عمل ، سيتم نشرها في كتاب بمشيئة الله مع بداية العام الدراسي القادم ٢٠٠٤ / ٢٠٠٥ بما يحقق اتساع مجال الانتفاع بما قدمه أعضاء المؤتمر من فكر ورؤى لكل المعنيين بعلوم الإعلام وقضاياها .

وثأكيدا وتفعيلا وترجمة لقيم الوفاء التي نركز عليها في تشقة الأجيال ، سن المؤمر من محال  
لجنسته التنظيمية تقليداً يقضى بتكريم شخصية أكاديمية في مجال الدراسات الإعلامية في كل دورة من  
دوراته. وتأتى شخصية الراحل/ الأستاذ الدكتور / خليل يوسف صابات موضع تكريم الدورة الأولى ؛  
عرفاً وتقديراً لدوره الالد في مجال الدراسات الإعلامية على مدى أكثر من ستين عاما .

وباسم الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ومؤمرها العلمى نقدم للسيدة الفاضلة قريته رمز الوفاء  
من طلابه على مدى الأجيال ممن تتلمذوا بشكل مباشر على يديه وفكره ، ومن يتعلمون وسيتعلمون  
من إنتاجه الفكرى على مدى السنوات.

وفي نهاية كلمتي ... أتوجه بخالص الشكر لكل من لى الدعوة للمشاركة في فاعليات المؤتمر  
العلمى للأكاديمية ، والسدى نأمل أن يكون تقليدا سنويا بحشة الله وتعاونكم . وأجى الزلاء  
والزميلات من أعضاء هيئة التدريس ومعاونهم من : مدرسين مساعدين ومعيدى ، وأجهزة فنية  
وإدارية بالأكاديمية ومدينة الإنتاج ، حيث إن التكامل بين قطاعاها يحقق الاستثمار الأمثل لإمكانات  
ذلك الصرح الإعلامى الضخم . فشكرا على كل ما بذلوه من جهد وما يقدمونه من فكر ورؤى  
تنعكس على مستوى الأداء والممارسة .

أما أبناى وبناتى طلاب الأكاديمية ، والذين كان حرصهم على المشاركة في الأعمال التنظيمية  
للمؤمر ، على الرغم من مواكبة لامتحانات نهاية الفصل الدراسى ما يعكس جدتهم وانتماءهم  
لمؤسستهم التعليمية ، ورغبتهم في ترجمة وتطبيق ما يدرسونه على أرض الواقع ، فلهم منى دائما كل  
التقدير والتحية بما يحققونه من تطور علمى وشخصى حيث الإعلامى الناجح بمزيج من القدرات  
والمهارات والخبرات ...

وكل التحية والتقدير للسيد محمد صفوت الشريف والذى يضع الأكاديمية وشوئها في مقدمة  
اهتماماته ، والذى بحماسة وتشجيعه الدائم يدفعنا إلى بذل المزيد من الجهد.

وفننا الله جميعاً لما فيه خير أمتنا العربية ، وجعلنا ممن يقولون فيعملون ، ويعملون فيخلصون ،  
ويخلصون فيُقبلون .

كلمة أ. د. / حسن حماد مكاوي وكيل الأكاديمية - أمين عام المؤتمر

السيد الأستاذ/ محمد صفوت الشريف

رئيس مجلس أمناء الأكاديمية .

السيد المهندس/ عبد الرحمن حافظ

رئيس مجلس إدارة الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي .

رئيس المجلس التنفيذي للأكاديمية .

الأستاذة الدكتورة/ منى الحديدي

عميدة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام - رئيس المؤتمر .

ضيوفنا الكرام .... السيدات والسادة :

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

يطيب لى فى مستهل أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، أن أرحب  
بسنلك الكوكبة المتميزة من كبار المفكرين ، وعمداء وأساتذة الجامعات المصرية والعربية ، وخبراء  
الإعلام وممارسيه فى رحاب مدينة الإنتاج الإعلامى وضيافة الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام . ذلك  
الكيان العلمى المنفرد فى المنطقة العربية والشرق الأوسط ، والذى يستهدف إعداد وتأهيل الكوادر  
البشرية القادرة على التنافس والتفوق ، والتعامل مع متغيرات العصر بما يشهده من تطورات مادية  
وتقنية غير مسبوقه فى مجالات الإعلام المختلفة من : إنتاج إذاعى وتليفزيونى وسينمائى وإعلان  
وتسويقى ووسائل متعددة وإنترنت .

السيدات والسادة :

بأنى انعقاد هذا المؤتمر العلمى فى ظل ظروف إقليمية ودولية تستلزم استنفار كافة الجهود العربية ،  
واستدعاء الطاقات الكامنة لمواجهة الأخطار المحدقة بالأمة العربية ، وقد أصبحت وسائل الإعلام :  
المقررة والمسموعة والمرئية تمارس أدواراً متعددة فى المجتمعات المعاصرة ، ولم تعد هذه الوسائل تقدم  
فقط الوظائف التقليدية من إعلام وتوجيه وترفيه ، وإنما امتد دورها ليشمل تشكيل الأفكار وقيادة  
الاتجاهات والسلوكيات بما تنطوى عليه من تطوير الرأى العام ، وتحديد أولويات الاهتمام بالقضايا  
العامة ، فضلاً عن نقل التراث الاجتماعى والثقائى عبر الأجيال ، وقيادة التغيير الاجتماعى ، وتقديم  
النماذج التى يتوحد معها المتلقون فى مختلف الشؤون العامة والفنون والعلوم والآداب .

وفي هذا الإطار يتزايد الاهتمام بالفضائيات العربية كظاهرة مستحدثة ومؤثرة في مسيرة الإعلام العربي ، بما تنطوي عليه من مردود إيجابي أو سلبي على أفكار الخلقين واتجاهاتهم وسلوكياتهم العامة .

ولعل إححدى المهام الأساسية لمنظري الإعلام ودارسيه وممارسيه - العمل على تجميع النتائج العلمية حول آثار هذه الظاهرة على الفرد والمجتمع ؛ حيث تتفاوت النتائج بين مؤيد ومعارض . فمن جانب ، يرى المنتقدون للفضائيات العربية أن ممارستها أدت إلى تدهور مستوى الذوق السقائ العام ، وألها ترسخ الشعور باللامبالاة ، وألها تساهم في الانهيار الأخلاقي العام ، وألها تشجع الجماهير على تسطيح القضايا الحيوية ، وتكرس الخلافات والشقاق العربي ، ونعد من القدرة على الابتكار والتجديد .

ومن جانب آخر ، يركز المدافعون عن الفضائيات العربية على عديد من الجوانب الإيجابية ، منها : أنها تلبي حاجة المواطن إلى المعرفة ، وتتيح تعددية الآراء ، وتدعم حرية التعبير ، وتساهم في الكشف عن الأخطاء وتعريه مواطن الفساد ، وتساهم في توعية وتنقيف ملايين الأفراد ، وتقدم تسليمة يومية - لا ضرر منها - للجماهير التي تحتاج إلى الهروب من التوتر والقلق وتلفهم إلى الاسترخاء وتجديد النشاط .

ولعل جلسات المؤتمر تتيح جدلاً واسعاً حول تلك الإيجابيات والسلبيات ، قد يسهم في الخروج بنتائج ععدة لتقريب وجهات النظر ، من أجل دعم الإيجابيات وتلافى السلبيات .

#### السادة الحضور :

لعل أهمية انعقاد هذا المؤتمر في هذا التوقيت ، تنبع من التلاقى حول موضوع متنازع عليه وقابل للنقاش والجدل ، ويتسم لتباين الأفكار والآراء ، ويمس حياة كل مواطن في الأمة العربية ، كما يتراكب هذا المؤتمر مع الاحتفال بعيد الإعلاميين ، ومرور سبعين عاماً على مولد الإذاعة المصرية ، وفعاليات مهرجان العاشر للإذاعة والتلفزيون ، وهي فرصة عظيمة لتلاقى العقول العربية من أجل رصد الواقع واستلهام آفاق المستقبل .

إن ما يميز هذا المؤتمر : أنه يهدف إلى تقليص الفجوة بين الأكاديميين والممارسين ، وبين الباحثين المصريين والعرب ، بين من يتمتعون إلى تخصص الدراسات الإعلامية والعلوم الأخرى مثل : الهندسة والحاسبات والمعلومات والفنون الجميلة والتطبيقية ، والعلوم الاجتماعية والنفسية .

وحيث إننا بصدد تبادل الأفكار حول دور الفضائيات العربية في ظل المتغيرات الراهنة والمتوقعة ، أقترح على حضراتكم : توجيه اهتمام خاص لبعض القضايا التي تتطلب المزيد من الدراسة وتبادل الخبرات ، ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

أولاً : استلهاً الوسائل التي تساعد على زيادة قدرة إعلامنا العربي على تحسين الصورة العربية في المجتمعات الأجنبية ، في ظل بيئة إعلامية يسودها التنافس والتسابق على سرعة الوصول إلى الجماهير ، وكثافة هذا الوصول .

ثانياً : محاولة تعرف صيغ مبتكرة للتوفيق بين الوظيفة الإعلامية بوصفها رسالة ، والمنتج الإعلامي بوصفه سلعة ، في ظل بيئة إعلامية عالية تشهد ضخ أموال هائلة للاستثمار في الأنشطة الإعلامية والمعلوماتية .

ثالثاً : كيفية الحفاظ على قوة الدفع التي اكتسبها الإعلام العربي في السنوات الأخيرة من حيث تحديث بنيتة الأساسية ، وتوطين التكنولوجيا المتقدمة ، وتنمية هذه القوة في اتجاه نشر الخدمة الإعلامية والمعلوماتية لصالح التقدم المعرفي المتوازن لكل شرائح المجتمع .

رابعاً : البحث عن سبل تعميق التفاهم والحوار فيما بين الثقافات العربية ، والتقريب بينها من ناحية ، واحترام ذاتية كل مجتمع عربي وخصوصياته من ناحية أخرى .

خامساً : السعي لاستنباط تصور لشكل ومحتوى الفضائيات العربية في المستقبل المنظور ، حيث يتدمج الإعلام الإلكتروني مع الخدمات المعلوماتية في تفاعلية غير مسبوقة .

#### الأسئلة الأفاضل ..... السيدات والسادة :

إننا ونحن نستشرف معا آفاق المستقبل ، لنشعر بثقة متزايدة ننطلق من واقع موضوعي يتشثل في أمرين :

أولهما : النمو الملحوظ للقدرة العربية على توجيه خدمات إعلامية متنوعة ، بدليل ما نراه الآن من عشرات القنوات الإذاعية والتلفزيونية : الأرضية منها والفضائية .

أما الأمر الثاني : فهو التوجه الملحوظ نحو مواكبة الانفتاح الثقافي والفكري العالمي ، تعبيرا عن الاطمئنان إلى قوة نسج الثقافة العربية واستمرارها ، وقدرتها على أن تكون طرفاً مؤثراً في المعادلة العالمية للتنوع الثقافي واللغوي .

وفي هذين الأمرين معاً ، ما يشكل ضمانة أكيدة للأمن القومي العربي ، وصوغاً لأهداف وطننا العربي الكبير ، ورؤاه للحياة ودوره فيها .

## السيدات والسادة :

إنه ليحدثونا كل الأمل : أن تشهد فعاليات هذا المؤتمر إثراء للحوار العربي بالرؤى والأفكار التي تعزز من قدرات إعلامنا العربي ، وتجدد موارده الفكرية في مسيل الهدف الذي نلتف جميعاً حوله ، وهو تفعيل الإعلام العربي الذي يجمع ولا يفرق ، يصون ولا يبدد ، يبني ولا يهدم ، يتكامل ولا يتصارع ، يوازن بين الأصالة والمعاصرة ، يفتح على العالم ولا يتقوقع على الذات ، يخاطب العقل والوجدان ، يراعى النهوض بالمصالح العليا لوطننا العربي الكبير .

وفي ختام كلمتي : يطيب لي أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير لراعي الإعلام المصري ، ومفجر طاقاته السيد/محمد صفوت الشريف - رئيس مجلس أمناء الأكاديمية ، وراعي المؤتمر الذي لم يدخر جهداً في تذليل كافة الصعاب ، وحفز الشباب ، وتوفير كافة الاحتياجات المادية والتقنية التي حولت الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام من فكرة طموحة تحول بخاطره إلى واقع مادي ملموس ، يشكل إضافة فريدة لمنظومة الإعلام المصري العظيم .

وخالص الشكر للسيد المهندس/عبد الرحمن حافظ رئيس مجلس إدارة الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي ، ورئيس المجلس التنفيذي للأكاديمية على احتضانه الكامل لهذا الصرح الأكاديمي العملاق .

وكل الشكر للأستاذة الدكتورة / منى الحديدي عميدة الأكاديمية ورئيسة المؤتمر ... ولا يغوتني السبقم بخالص التقدير للسادة أعضاء اللجنة التنظيمية للمؤتمر من : أعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم ، والجهاز الإداري ، على جهودهم المخلصة وعملهم الدؤوب بروح الفريق .

وخالص الشكر لجميع الأساتذة الخراء والباحثين والممارسين الذين قدموا البحوث العلمية القيمة التي تثري أعمال المؤتمر والرؤى الفكرية التي نتوقع أن يكون لها تأثير إيجابي ملموس على مسيرة الإعلام العربي .

وأجسد الترحيب بالإخوة الأشقاء من كافة الأقطار العربية الذين تمنى لهم طيب الإقامة في وطنهم الثاني مصر .

وفقنا الله وإياكم .. وسدد على طريق الخير خطاكم .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



# البحوث

## البث الإذاعي عبر التوايح الصناعية

### وحقوق الإنسان

#### دراسة في العلاقة بين الفضائيات العربية والملكية الأدبية والفنية

أ. د. محمد حسام محمود لطفي<sup>(١)</sup>

( ينطبق ما لورده من أحكام في هذا الشأن على أصحاب الحقوق المجاورة لحق المؤلف ، وهم المؤدون والمألفون ومتجو الفونوجرام وهيئات الإذاعة ، على أساس أن حقوقهم تابعة لحقوق المؤلفين: وجردًا وعلماً).

## مقدمة

**تعد** التوايح الصناعية - أو وفقًا للتعبير الدارج : الأقمار الصناعية <sup>(١)</sup> وسيلة متميزة لتبادل الاتصالات بين الدول المختلفة ، وهو ما ترتب عليه إحداث ثورة حقيقية في مجال البث الإذاعي <sup>(٢)</sup> .

---

(١) دكتوراه الدولة في القانون من جامعة باريس ، أستاذ ورئيس قسم القانون المدني - كلية الحقوق جامعة القاهرة ( ابن سويف ) .

(٢) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - إعداد للمهندس محمد زكي الشنطي، الأقمار الصناعية، المكتبة الثقافية للراشدين، رقم ٦٢، تونس عام ١٩٩٨. وانظر مرجعاً آخر للمنظمة نفسها بعنوان : القنوات الفضائية في خدمة الثقافة العربية الإسلامية ، تونس عام ١٩٩٨.

Mr. Makeen Fouad Makeen, Copyright in a Global information society: The scope (٢) of copyright, protection under International, US, UK and French Law, Center of European Law /King 's college/London - Kluwer Law international - 2000, p. 175.

## البحوث

وتسرع بداية العهد في التفكير في هذه الوسيلة إلى أواخر الأربعينات، فقد اقترح البعض<sup>(١)</sup> وضع : توابع صناعية في مدارات فضائية تبعد عن الأرض مسافة ٢٢,٣٠٠ ألف ميل فوق خط الاستواء ست يسير أى جسم في هذا الموضع بسرعة الأرض ، وفي اتجاهها دون الخروج عن المدار ، بغرض : نظام متكامل للاتصالات الفضائية<sup>(٢)</sup> ، باستخلام هوائيات ثابتة.

نسبت دراسة منشورة في مجلة الحرب الدولية "المجلة" التي تصدر في لندن باللغة العربية عن الشركة السعودية للأبحاث والتصويق (عدد السيت ١٧-٢٣ من نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٨٤ في رقم ٢٤٩ ص ٦٧) هذه الفكرة إلى أحد مؤلفي روايات الحسيال العلمي الإنجليزي عام ١٩٤٥ . وفي مقدمة كتاب الدكتور محمد المقوسى : إمكانات واستعدادات الشبكة العربية للاتصالات الفضائية الصادر في سلسلة المحاورات العربية عن منتدى الفكر العربى بعمان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية عام ١٩٨٦ (ص١٣) ذكر المؤلف أن هذه الفكرة ظهرت على وجه التحديد على يد العالم آرثر كلارك في مقال له نشر بمجلة (Review : Wireless World). وأكد د. مكيون (المرجع السابق ص ١٧٧) ذلك وأشار إلى أن بيانات المؤلف ومقاله الذى بشر فيه بذلك على النحو الآتى :

Arthur C. Clarke "Extra-terrestrial Relays", wireless world, vol. 51 No. 10, October [1945].

وبذلك تغطي الأرض جميعها ما عدا المناطق القريبة من القطبين الشمالى والجنوبى. للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقطار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٢٢.

انظر في هذا الموضوع وعلاقته بحقوق المؤلف كتابنا المعلنون بحق الأداء العلمى للمصنفات الموسيقية : دراسة مقارنة بين القانونين : المصرى والفرنسى ، واتفاقيتي برن وجنيف الدوليتين لحق المؤلف ، الهيئة المصرية العامة للكتاب عام ١٩٨٧ ص ١٠٦ وما بعدها. وهذا الكتاب هو الصيغة العربية لرسالتنا لنيل درجة دكتوراه الدولة من جامعة باريس (١١) عام ١٩٨٣ تحت إشراف الأستاذ الدكتور Claude Colombet [وقد ترقى سيادته من مطلع عام ٢٠٠١ بعد حياة حافلة بالعلم والبحث] وبيانات هذه الرسالة باللغة الفرنسية هي كالآتى :

Mohamed-Hossam Mahmoud LOUTFI, Droit d'exécution des oeuvres musicales étude comparée entre les lois française et égyptienne et les conventions de Berne e de Genève (Actes de paris, 1971), soutenue le 14 Decembre 1983 a la faculté de droi de l'université de Paris XI (sceaux). France.

نال الأستاذ Clarke المشار إلى مقتطفات منه لدى مكيون، المرجع السابق ، ص ١٧٧.

وفي عام ١٩٦٢ أطلقت الولايات المتحدة<sup>(١)</sup> التابع الصناعي (Telstar)<sup>(٢)</sup> وفي ٤ من أكتوبر/تشرين ثان عام ١٩٥٧ أرسل التابع السوفيتي Sputnik1، وبعد ذلك بثلاثة أشهر أطلق التابع الأمريكي Explorer 1، وهو ما أتاح لأول مرة استخدام الفضاء في الاستشعار عن بعد، واستطلاع المناخ والاتصالات والبث الإذاعي. وكان التابع الهندي Indian Satellite instructional: Site Experiments فضل تأكيد هذا كله، حيث وجه البث الإذاعي عن بعد لمناطق القرن الهندي المحرومة من تلقى الإرسال التلفزيوني<sup>(٣)</sup>. فنقل البرامج التلفزيونية من بلد إلى آخر، محققاً بذلك ثورة تكنولوجية عظيمة الأهمية في مجال الاتصالات، ولحق بهذا التابع سلسلة من التتابع الصناعية الأمريكية والأوروبية<sup>(٤)</sup>.

- (١) الأستاذ / حدى قنديل، الأبعاد الدولية لاستخدامات الأقمار الصناعية في مجال التربة والغلاف، بحث منشور ضمن مجموعة أعمال الندوة التي نظمها منتدى الفكر العربي بعمان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية (٨:٩ مارس/آذار عام ١٩٨٦). وقد نشرت أعمال هذه الندوة في الكتاب التاسع من سلسلة المحاضرات العربية التي يصدرها المنتدى وعنوانه: القمر الصناعي العربي بين مشكلات الأرض وإمكانيات الفضاء، الأردن عام ١٩٨٦ ص ٥٥.
- (٢) ويتكون هذا الاسم من كلمتين: الأولى Tél، أي من بعد والثانية star ومعناها نجم أو كوكب.
- (٣) أطلق عام ١٩٦٢ التابع الصناعي ألوت الأول (Alouette I) وبعته سلسلة من التتابع أطلقت جميعا بغرض خدمة العلم، فأطلقت في الفترة ما بين الأعوام ١٩٦٥-١٩٧١ ثلاثة تتابع تحمل الأسماء الآتية: ألوت الثان (Alouette II) وإيزيس الأول (Isis I) واليسا (Isis II): انظر في تفصيل ذلك مقال الأستاذ Victor NABHAN

Les satellites et le droit d'auteur au Canada, Revue RIDA no. 120, Avril 1984 p. 5 note no. 5.

ولحق الاتحاد السوفيتي بهذا الركب بسرعة فأطلق سلسلة تتابع Molniya: ففي ٢٣ من أبريل/نيسان عام ١٩٦٥ أطلق Molniya 1-A وفي ١٤ من أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٦٥ أطلق Molniya أما في ٢٥ من أبريل/نيسان عام ١٩٦٦ فقد أكمل السلسلة بإطلاق Molniya 1-C انظر في تفصيل ذلك:

Nicolas mateesco MATTE, Aerospace Law: Telecommunication Satellites, Butterworth/Canada 1982 pp. 169:170.

وجدير بالذكر أن أول قمر (تابع) بناه البوالات بلاستيكية مغلقة بالألومنيوم وتعمل كامكسات مثل المرأة حيث تعكس المواد المعدنية ومنها الألومنيوم موجات البث الكهرومغناطيسية مثلما تعكس المرأة الضوء، وتم إطلاقه من الولايات المتحدة الأمريكية في أغسطس/آب سن ١٩٦٠ تحت اسم إيكو (١) ثم تبعه في الأول من يناير/كانون الثاني سنة ١٩٦٤ آخر في إطار مشروع مشترك أمريكي سوفيتي. ولحق هذه الأقمار (التتابع) من الأجهزة كانت ذات فاعلية متدنية إلى أن أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية قمرا (تابعاً) تحت اسم سكروندوش ووجهت رسالة عن الميلاد لسلام العالم من الرئيس أيزنهاور إلى جهاز القمر (التابع) وتم بثها عبر القمر التابع إلى العالم، وظل القمر (التابع) يعمل لمدة ١٣ يوماً فقط.

(٤) مكين، المرجع السابق، ص ١٧٧.

## البحوث

وتنبه العرب في وقت مبكر إلى أهمية الاستغلال العلمي والثقافي لهذه التكنولوجيا الحديثة، وصدرت عن مؤتمراتهم عدة توصيات بضرورة إنشاء شبكة فضائية للعرب . وفي عام ١٩٧٦ أنشئت "المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية" تحت اسم عربسات<sup>(١)</sup> (ARABSAT) بغرض خدمة الاتصالات بين ببلاد الوطن العربي بوجه عام ، ونقل الإرسال الإذاعي والتليفزيوني المحلي والجماعي فيما بينها بوجه خاص<sup>(٢)</sup>، وسرعان ما تحقق الحلم الكبير، وأطلق التابع الصناعي العربي الأول في الساعة الواحدة من صباح السبت الموافق الثامن من شهر فبراير/شباط عام ١٩٨٥ من قاعدة كورو الجوية بمستعمرة جويانا الفرنسية بأمريكا الوسطى<sup>(٣)</sup> بواسطة الصاروخ الفرنسي آريان ، وحمل هذا التابع اسم A<sup>(٤)</sup> . وقد منى هذا التابع بصعوبات تقنية ، جعلت منه تابهاً احتياطياً لتابع جديد أطلق من خلال مكوك الفضاء

(١) وهي مكونة من كلمة "عرب" وكلمة "سات" . والكلمة الأخيرة هي المقطع الأول من كلمة Satellite وتعني تابع (أو قسم) صناعي بالإنجليزية والفرنسية ..

(٢) للقوسى، المرجع السابق ، ص ١٦ وأعمال ندوة عمان السابق الإشارة إليها في هامش رقم (٥)، ولعربسات محطتنا تحكم في تونس العاصمة وديار المملكة العربية السعودية (انظر موقع عربسات على الإنترنت : <http://www.arabsat.com/aboutus/system.html>).

(٣) حسم تناقلته وكالات الأنباء ونشرته جريدة الجمهورية في ٩ من فبراير/شباط عام ١٩٨٥ ص ١ ، ٣ . وكان قد ذكر البعض أن تاريخ الإطلاق كان ٢٨ من فبراير/شباط عام ١٩٨٥ (للقوسى ، المرجع السابق في ص ١٨). وقد أكد الأستاذ حمدى قنديل (عربسات ، الشبكة الفضائية العربية وقضايا الاتصال في الوطن العربي في الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٩ ص ٥) أن التاريخ المقصود هو الثامن من فبراير/شباط عام ١٩٨٥.

(٤) وقد استقر هذا التابع في المدار الأرضي الثابت على ارتفاع ٣٦٠٠٠ كيلو متر فوق خط الاستواء عند خط الطول ١٩ درجة شرقاً وتم إطلاقه بتكلفة قدرها ٢٣ مليون دولاراً : انظر في ذلك للقوسى ، المرجع السابق ، ص ١٨ . ويقعد بوضع القمر (التابع) على هذا العلو أن يكون على علو يساوى ستة أضعاف ونصف قطر الأرض ، وعشر المسافة تقريباً بين الأرض والقمر (التابع) الطبيعي قمرنا قمر الشعراء ؛ بهدف تغطية مساحات شاسعة من الكرة الأرضية (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٢٢). وتكون بذلك الإطلاق باتجاه الشرق للاستفادة من السرعة التي تكتسبها من جراه دوران الأرض حول نفسها على أن تقع نقطة الإطلاق على ساحل شرقي للتأكد من التخلص من مخلفات الصاروخ المستهلكة وغيرها من مخلفات الصاروخ فوق البحر وليس فوق الأرض ( المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقمار الصناعية سالت الإشارة إليه ص ٣٥).

الأمريكي ديسكفري (Discovery) في ١٨ من يونيو/حزيران من العام نفسه ، وحمل اسم B1<sup>(١)</sup> ، وكان هناك تابع آخر غزون تحت الأرض لدى متجحه ، منتظراً الإطلاق بعد أن يقف القائمون على التابع العربي على مدى نجاح التابعين الأولين ليتم إطلاقه لتفادي ما قد يواجهان من صعوبات تقنية غير منتظرة<sup>(٢)</sup>، وأطلق بالفعل عام ١٩٩٢<sup>(٣)</sup>.

(١) وقد استقر هذا التابع فوق خط الاستواء على ارتفاع التابع الأول نفسه عند خط الطول ٢٦ درجة شرقاً وبلغت تكاليف إطلاقه ١١ مليون دولار: انظر في ذلك المقوسى، المرجع السابق، ص ١٨. هناك اختلاف مهم بين نظامي الإطلاق الصاروخي والمركبي ينتج عن اختلاف المكان الأرضي الذى تتم منها عملية الإطلاق . فصاروخ آريان يتم إطلاقه من نقطة "كوردي" في غيانا الفرنسية الواقعة في أمريكا الجنوبية والتي تقع على خط عرض ٥ شمال خط الاستواء ، وهكذا عندما ينطلق الصاروخ نحو المدار الدائري المنخفض يكون سطح ذلك المدار مائلاً بمقدار ٥ درجات عن سطح خط الاستواء الذى يتطلب الالتزام به لحركة القمر الصناعي في المدار المتزامن. أما المركب الفضائي فهو يطلق من نقطة "كيب كيندي" في فلوريدا في الولايات المتحدة والتي تقع على خط عرض ٢٨ درجة شمال خط الاستواء. وبهذا يكون للسطح الدائري أكثر انحرافاً من سطح مدار الصاروخ "آريان" مطلوبة استهلاكاً أكثر لوقود الدفع ، وذلك يمكن أن يكون له أثر عكسي على عمر القمر " (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٣٥).

وكلا النظامين يميلان الأقمار الصناعية إلى مدار دائري منخفض على ارتفاع حوالى ٢٠٠ كلم فوق سطح الأرض، ينفصل بعدما القمر الصناعي عن الصاروخ أو للمركب ، وبعد ذلك تطبق أساليب عديدة لوضعها في ما يسمى بالمدار البيضاوى الشكل وذلك بزيادته سرعة القمر حيث إن مدار القمر الصناعي لم يعد دائرياً بل أصبح بيضاوياً.. حيث تكون نقطة الحضيض قريبة من الأرض على ارتفاع ٢٠٠ كلم حيث انفصل القمر عن صاروخ الإطلاق وتكون نقطة الأوج على ارتفاع ٣٦ ألف كلم وهي ارتفاع المدار المتزامن، ليتم من بعد زيادة سرعة القمر عند نقطة الأوج لتصل إلى ١١ ألف كلم في السرعة حاملة مداره دائرياً مرة أخرى. ويتم زيادة السرعة بواسطة تركيب محركات دفع في القمر الصناعي تستخدم فيها أنواع متنوعة من الوقود (الرجع نفسه ص ٣٣ - ٣٤).

(٢) تشترك في هذا التابع الصناعي ٢٢ دولة عربية (بحريرة الأهرام في ١٠ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩٨٤). وذكر الأستاذ حمدي قنديل أن حصة مصر ٢٦ شهياً قيمة السهم الواحد ٢٦٠٠٠ دولار وأن هذا الرقم يشكل ٩٠% من نسبة المساهمة الفعلية (الكتاب السابق ص ٢٣). ويبلغ رأس المال المدفوع مائة وثلاثة وستين مليون دولار أمريكي تقريباً بالنسب الآتية : السعودية (٣٣,٦٦%)، والكويت (١٤,٩%)، وليبيا (١١,٢٨%) ، قطر (٩,٨١%) ، والإمارات العربية المتحدة (٤,٦٦%)، والأردن (٤,٠٥%)، ولبنان (٣,٨٣%)، والبحرين (٢,٤٥%)، سوريا (٢,٠٨%)، والعراق (١,٩%)، والجزائر (١,٧٢%)، واليمن (١,٦٥%)، ومصر (١,٥٩%)، وسلطنة عمان (١,٢٣%)، وتونس (٠,٧٤%)، والمغرب (٠,٦١%) ، والسودان (٠,٢٧%) ، وموريتانيا (٠,٢٧%)، وفلسطين (٠,٢٥%)، والصومال (٠,٢٤%)، وجيبوتي (٠,١٢%) . =

## المبحث

وتتراوح العمر المفترض للتوابع الصناعية بوجه عام بين سبع وعشر سنوات من تاريخ الإطلاق<sup>(١)</sup>، أما العمر الافتراضي للتابع الصناعي العربي - الأصلي والاحتياطي - فهو سبع سنوات فقط . وللأسف

- وجدير بالذكر أن عربسات ١٤ بيع إلى منظمة بحوث الفضاء الهندية : [ISRO: Indian space Research organization]

انظر في هذا كله موقع عربسات على الإنترنت : <http://www.arabsat.com/aboutus/system.html> .  
وفي عام ١٩٨٥ أعلن وزير الإعلام المصري أن مصر بصدد إجراء دراسات علمية وعملية لإطلاق تابعها الصناعي الخاص بعد أن جمدت عضويتها في هذا التابع لطرواف سياسية عربية (جعة أكتوبر/تشرين أول الأسبوعية ، عدد رقم ٤٥٦ السنة التاسعة ، يوم السبت الموافق ٢١ من يولييه سنة ١٩٨٥) وهو ما تحقق في عام ١٩٩٨ كما سنرى لاحقاً (ص ٨ وما بعدها) ، ومع مطلع عام ١٩٨٩ استجابت الدول العربية لتوصيات ندوة القمر الصناعي العربي وآفاق تنمية الثقافة القومية والخاصة بدعوة الدول العربية إلى سرعة اتخاذ قرار على المستوى المطلوب لإلغاء تجميد عضوية مصر لدى المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) (انظر توصيات هذه الندوة التي عقدت بناء على دعوة مستندى الفكر العربي بعمان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية في الفترة ما بين ٨-١٠ من مارس/آذار عام ١٩٨٦ المنشورة في كتاب للقوسى سابق الإشارة إليه ص ٨٨ وفي الكتاب الصادر عن هذه الندوة ، سابق الإشارة إليه ، ص ١٥٤) وفي ١٢ من شهر يونيو/حزيران سنة ١٩٩٠ تم الاتفاق بين المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) والمهيئة القومية لإتحاد الإذاعة والتلفزيون على تأجير الأولى للثانية "سمة قمرية لغرض تلبية احتياجات الإذاعة والتلفزيون المصري ، لمدة ثلاث سنوات تبدأ في أول نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٠ وقابلة للتجديد بناء على طلب المستأجر . وتؤكد في هذا للقيام أن مصر انضمت إلى اتفاقية إنشاء الهيئة الدولية للأقمار الصناعية للاتصالات البحرية "اتمارسات" وملحقها واتفاق التشغيل المرفق بها الموقعة في لندن بتاريخ ٣ من سبتمبر /أيلول سنة ١٩٧٦ بموجب القرار الجمهوري رقم ٣٤١ لسنة ١٩٧٧ الصادر في ١٩ من يولييه/تموز ١٩٧٧ وبدأ العمل بها في مصر اعتباراً من ٢٩ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩٧٧ (البريدية الرسمية، العدد الرابع ، ٢٦ من يناير/كانون الثاني سنة ١٩٧٨).

- (١) الدكتور إبراهيم بدران ، أعمال ندوة منتدى الفكر العربي ، سابق الإشارة إليها ، ص ٤٦ .  
(٢) المقوسى ، المرجع السابق ، ص ١٩ و ٢٩ . وقد أفاد السيد عبد الله الشراهن وزير المواصلات الكويتي عام ١٩٩٠ وأحد أبرز المسؤولين في حينه عن "عربسات" أن الرأي استقر على مد العمر التقني للتوابع الموجودة في الفضاء (مقابلة شخصية مع سيادته في الكويت تمت في السادس من شهر نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٠) وأعلن مدير عام المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية أن الجهود أثمرت وامتد العمر الافتراضي لهذه التوابع إلى تسع سنوات بدلاً من سبع سنوات بمعنى أن عمر التابحين امتد إلى عام ١٩٩٤ بدلاً من عام ١٩٩٢ (مقابلة شخصية مع سيادته في الكويت في السادس من نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٠).

## البحوث

فقد لاحق الحظ العاشر هذين التابعتين<sup>(١)</sup> إلى أن أصدرت الجمعية العمومية لعربسات قراراً باعتماد الأسس التجارية في التشغيل مع التأكيد على الأهداف التي أنشئت بموجبها المؤسسة .

وفي عام ١٩٩٢ أطلق التابع الثالث من الجيل الأول ليوفر خدمات الاتصالات وقناة للتبادل الإخباري والبرامجي وقنوات البث المحلي (Domestic Network) والمباشر (Direct-to-home: DTH) ، وتم التعاقد مع Aérospatiale لتصنيع تابعتين من الجيل الثاني وهما عربسات A2 الذي أطلق عام ١٩٩٦ وحولت إليه جميع قنوات البث المباشر وعربسات B2 الذي أطلق في نهاية العام نفسه ، وحولت إليه جميع الخدمات الإقليمية والاتصالات وقنوات التبادل ، ثم اتفق على تصنيع عربسات BSS1 الحامل لـ ٢٢ قناة (عربية) في الحزمة KU<sup>(٢)</sup> :

وجدير بالذكر<sup>(٣)</sup> أن أول تابع صناعي مصري للبث التلفزيوني المباشر أطلق عليه Nilesat (Code: 1998 - 024 A) قد بين بمعرفة الشركة الفرنسية [Matra Marconi space] . وأطلق في ٢٨ من إبريل / نيسان من قاعدة كورو (Kourou) بجمهورية الفرنسية (Franch Guyana) بواسطة الصاروخ أريسان (44p rocket) وزنه ١,٦٦٦ كيلوجرام ، وبدأ التابع العمل في الأول من يونيو / حزيران سنة ١٩٩٨ وعمره اثنتا عشرة سنة. ويتمتع هذا التابع فضلاً عن قنواته السبعة وقنوات المعلومات بطلاقة بث إذاعي لـ ٨٤ قناة إذاعية موجهة إلى المنازل التي يجوز أصحابها أطباقاً مخروطية صغيرة قطرها (٦٠سمتيراً) ، ويغطي التابع العالم العربي كله من المغرب إلى الخليج العربي وبعض بلدان أوروبا الغربية. وقد استأجرت شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART) جزءاً منه ، والجوآن الأعرجان مستأجران من محطات تلفزيونية لبلدان قريبة.

والمهم في هذا المقام ، أن هذا التابع ليس استثماراً حكومياً بحثاً حيث تبلغ حصة الحكومة المصرية فيه ٢٠% ، ويملك اتحاد الإذاعة والتلفزيون ٤٠% ، والباقي طرح في بورصة الأوراق المالية للبنوك

---

(١) جدير بالذكر أن عربسات 2A أطلق في ٩ من يولييه سنة ١٩٩٦ وأن عربسات 2B أطلق في ١٣ من نوفمبر/ تشرين ثان سنة ١٩٩٦ ويمتد عمره حتى عام ٢٠١٢: أما الثالث فهو عربسات 3A فقد أطلق في ٢٦ من فبراير/ شباط سنة ١٩٩٩ ويغطي كل البلدان العربية وأوروبا الغربية.

انظر في هذا كله موقع عربسات على الإنترنت : <http://www.arabsat.com/aboutus/system.html> (٢) الأستاذ سفيان النابلسي، الوضع الراهن للقنوات الفضائية العربية وتطور أنظمة الاتصال في الوطن العربي والعالم ، منشور في القنوات الفضائية العربية ، سالف الذكر ص ٢٧٣ ، ٢٧٤ .

(٣) نقلاً عن موقع على الإنترنت : <http://www.medea.be/en/index431.htm> .

## البحوث

والأفراد في شكل أسهم غطيت قيمتها بالكامل ، وقد شجع هذا كله الحكومة المصرية على التعاقد على مصنع الساتل الثاني في مارس/آذار عام ١٩٩٩ مع الشركة الفرنسية نفسها صانعة الساتل الأول حيث استفادت مصر من التصنيع بسعر الساتل الأول نفسه مع خصم خاص يناهز ٣٠% من سعر الساتل الأول تطبيقاً لعقد تصنيع الأول.

وقد أطلق في السابع عشر من أغسطس/آب سنة ٢٠٠٠<sup>(١)</sup> على الساتل الجديد NileSat 102 من المحطة نفسها التي أطلق منها الساتل الأول، وبدأ التشغيل في الربع الثالث من عام ٢٠٠٠ وطاقته البئية

(١) بدءاً الإطلاق في الساعة الثامنة والدقيقة ١٦ من مساء أمس الأول الخميس بتوقيت أمريكا اللاتينية (الثانية) ١٣ دقيقة بتوقيت القاهرة، وإطلاق القمر الصناعي المصري (نابل سات ١٠٢) وقد استغرقت وقائع الإطلاق ساعة كاملة منها ٣٠ دقيقة و ٢٠ ثانية لعملية الإطلاق منذ ساعة الصفر إلى انتهاء مهمة الصاروخ أريان في رحلة ١٣١ للفضاء وانفصل القمر الصناعي عنه بنجاح على بعد ٢٠٠ كيلو متر من سطح الأرض . وهذا القمر من صنع شركة ماترا ماركوني، وقد تابع الوفد المصري تفاصيل الإطلاق عبر شاشات ضخمة بقاعة جويهر بقاعدة كورو . [ وجدير بالذكر أن الصاروخ أريان الذي حمل القمر كان يحمل أيضاً القمر البرازيلي (برازيل سات) إلى الفضاء] وقد استقر القمر المصري بالمثل في مدار ٧ درجات غرباً بعد أن قطع رحلة إلى ٣٦ ألف كيلومتر مربع لمستقر في مداره الافتراضي وهي ١٦ عاماً . والقنوات التلفزيونية والإذاعية المحملة على القمر الصناعي المصري هي:

- القنوات التلفزيونية وعددها ٧٧ وتشمل : القنوات المفتوحة وعددها ٤٨ قناة هي: قنوات اتحاد الإذاعة والتلفزيون . ١٣ القنوات المتخصصة الجديدة: الأسرة والطفل - المنوعات - الدراما - الرياضة - الثقافة - الأخبار - القنوات الفضائية المصرية العامة : القناة الأولى - الفضائية الثانية - قناة النيل تي في - نيل تي في - القنوات الأرضية المصرية: القنوات الأولى - الثالثة - الخامسة - الثامنة - القنوات التعليمية العامة: الابتدائي - الإعدادي - الثانوي العام - الثانوي الفني - التثوير - لغات - تعليمية - التعليم الجامعي: قناة الجامعة الأولى - القناة الجامعية الثانية - القنوات الصحية - قناة حورس قناة نغرتين - قناة البحث العلمي .
- القنوات العربية وتشمل الأخبار العربية "أه. إن أن" - فلسطين - مركز تلفزيون الشرق الأوسط "إم بي سي" قناة إذاعية - سلطنة عمان - البحرين - الكويت - قناة الأندلس - ليبيا - العراق - القناة المستقلة - إن جسي إن - عجمان - قناة الجزيرة - قنوات دبي - دبي الفضائية - دبي المتخصصة - الرياضة - الاقتصادية - الدراما - قريباً.

- القنوات العالمية وتشمل : القناة الفرنسية الخامسة تي في - قناة النابل سات - قناة الهرموشن - قناة التسويق والتشطيط والدعاية - قناة السفر والسياحة - قناة التسوق للزلى - موريكو - حمية للتسويق .
- القنوات المشفرة وعددها ٢٩ قناة وتشمل : مجموعة قنوات راديو وتلفزيون العرب - آيه آر تي ١٢/أر تي الموسيقى - آر تي الأطفال - آر تي المنوعات - آر تي الرياضة - آر تي يورو ٢٠٠٠ - آر تي الأفلام . آر تي على كيفك- آر تي المفتوحة - قناة اقرأ- تي في تي- اليبي سي اللبنانية - بي فوريو الهندية - قناة المناهج .



بلغت مائة محطة رقمية موجهة إلى حائزي الأطباق المعروطة ذات قطر ٦٠ سنتيمتراً، وعمره خمسة عشر عاماً وزنته ١,٨٠٠ كيلوجرام وليس كالأول ١,٦٦٦ كيلوجرام.

وإذا كانت الكرة بذلك قد خرجت من ملعب القانونيين ، فهي الآن في ملعب الإعلاميين حيث عليهم العمل على ملء ما لديهم من قنوات فضائية ، بما يجاوز الانبهار من قدرة هذه القنوات تقنياً والانتقال إلى تحقيق أهداف أمة العرب بحمايتها من الهيمنة والتدفق والغزو الضار<sup>(١)</sup>، ومراعاة أن الصورة "مضمون" قبل أن تكون "شكلاً" أو "هندسة" .. وهي خطاب مشحون بالدلالات .. و(إن) التعبير عنها مرتبط ارتباطاً لا فكاك منه بالصورة في أبعادها الثلاثة : الذهنية والمادية والبلاغية<sup>(٢)</sup>، وهو ما يستدعي تكامل المؤسستين الإعلاميتين: الاسمية والخاصة من أجل إنتاج خطاب ثقافي عربي يستمر كل أبعاد الصورة في ترويج تجليات هويتنا التاريخية والحضارية<sup>(٣)</sup> حيث يطرح "استقبال القنوات التلفزيونية العربية في أوروبا" مشكلة ثقافية تتعلق بتماصك المجتمع ووحدة<sup>(٤)</sup>. ولعل هذا هو الذي عبر البعض عن مخاوفه تجاهه بقوله : " إن المؤشرات العامة للترامج الثقافية العربية كمّاً ونوعاً ، تؤكد أن الطفل

● مجموعة قنوات الشترتل / ١٥ قناة وتشمل قناة الألفام - بارامونت / بي في - أكذ - إم. بي. في - اتش ١ - بلوموج - المستقبل - ستايل - ديسكفري - صوتي - تي - سيز أن سي إن. إن. أون. بي. في - هول مارك.

● أما القنوات الإذاعية فيبلغ عددها ٢٤ قناة وتشمل:  
أولاً : المسبوحة ١٤ وهي قناة اتحاد الإذاعة والتلفزيون - البرنامج العام - البرنامج الثقافي - صوت العرب - الشرق الأوسط - البرنامج الأوروبي - الشباب والرياضة - القاهرة الكبرى - وادي النيل - ونلسطين.  
● قنوات لمعية وإذاعية وهي لمرق ٢١ - إم جي سي - أن أم - لتي ١ - لتي ٢ - ريفو فرنسا لتي.  
ثانياً : القنوات المشفرة وهي ١٠ وتشمل : مجموعة قنوات الشترتل ١٠ قنوات هي:  
كلاسيك روك - رقص - جاز - نيوكاتري - مختارات كلاسيكية - أفان عاطفية - منوعات غربية - منوعات فرنسية - منوعات عربية .

انظر هذا كله الأهرام ، العدد الصادر في ١٩ من أغسطس/آب سنة ٢٠٠٠ ص ١٣.

(١) د. زكي الجابسر، قراءة في المضمون الثقافي والإعلامي في القنوات الفضائية العربية، منشور في النوات الفضائية العربية، سابق الإشارة إليه ص ٤٨.

(٢) د. عبد الله حيدري، الفضائيات العربية والزمن الاجتماعي (نحو إيجاد معادلة لنشر الثقافة العربية الإسلامية)، منشور في القنوات الفضائية العربية، سبق الإشارة ص ٦٤.

(٣) الأستاذ أحمد العائد، من نفس الانغلاق إلى نفس الانفتاح: عن التوصل الثقافي في القنوات الفضائية العربية ، منشور في القنوات الفضائية العربية ، سابق الإشارة إليه، ص ٨٠.

(٤) د. الصادق الحماسي: الوطن، الصورة، الهوية: مقاربة لعلاقة المهاجرين العرب في أوروبا بالقنوات التلفزيونية الفضائية العربية، منشور في القنوات الفضائية العربية، ص ١٠٠.

## البحوث

والشباب العربيين لا يوجد لديهما منبع غير المنبع الأجنبي، وأن ما يمرر عبر الفضائيات العربية بأنه منتج ثقافي محلي لا يشكل بديلا عن المنتج الأجنبي : مضمونا وتقنية<sup>(١)</sup>.

وقد يكون الأول والأجدي في هذه المرحلة تنفيذ توصية المؤتمر التاسع لوزراء الثقافة العرب في اجتماعه في بيروت في السادس عشر من شهر يناير/ كانون الثاني عام ١٩٩٤ بدعوة البلدان العربية إلى "إنشاء قناة تلفزيونية عربية مشتركة تخصص للمراجع الثقافية"، وهي دعوة فيها حث للدول العربية على الالتزام بقرار مجلس وزراء الإعلام العرب في الدورة الرابعة والعشرين التي عقدت في تونس خلال شهر أغسطس/ آب عام ١٩٨٨م بالاستفادة من القناة التلفزيونية للقمر الصناعي العربي والتي كلفت الدول الأعضاء ربع تكلفة القمر، ولم يستفد منها أحد، إلى أن استأجرها مصر في نهاية عام ١٩٩٠ لتبث منها قناتها الفضائية الأولى<sup>(٢)</sup> وكان المتبقى من العمر الأساسي للتابع هو عامان.

على أية حال، كما إن أقدمت مصر على ما أقدمت عليه حتى شمرت بقية البلدان العربية عن مساعد الجسد، وبدأت في تشجيع القنوات المحلية الحكومية والخاصة<sup>(٣)</sup>، فنشأت قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط<sup>(٤)</sup>، وقنوات راديو وتلفزيون العرب<sup>(٥)</sup>، وقناة

(١) د. محمد طلال، الثقافة الموجهة للأطفال والشباب في القنوات الفضائية العربية في منشور في القنوات الفضائية

العربية...، ص ١١٧

(٢) الأستاذ سمعد لبيب، نحو إقامة قناة تلفزيونية ثقافية عربية موحدة، منشور في القنوات الفضائية العربية...، ص

١٢٤:١٢٣.

(٣) الأستاذ سفيان النابلسي، الوضع الراهن للقنوات الفضائية العربية وتطور أنظمة الاتصال في الوطن العربي والعالم،

منشور في القنوات الفضائية العربية / سابق الإشارة إليه، ص ٢٧٠..

(٤) محطة تلفزيونية عربية فضائية مملوكة للقطاع الخاص، وأنشئت بتمويل سعودي مقرها لندن وصدر ترخيصها من هيئة التلفزيون المستقل في بريطانيا ITV وبها مفتوح (غير مشفر) وتحتد في مجملها على ما تتلقاه من دعم والإسرادات الإعلان والمراجع للكتولة وبدأت إرسالها في ١٨ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩٩١ وتغطي بإرسالها أوروبا والشرق الأوسط وشمال إفريقيا والولايات المتحدة الأمريكية ولها خمس قنوات (لبيب، نحو إقامة قناة تلفزيونية ثقافية عربية موحدة...، ص ١٣١:١٣٢).

(٥) بدأت بقناة تلفزيونية فضائية واحدة في ١٨ من أكتوبر/تشرين أول سنة ١٩٩٣ على عربات من مركز البث في فوشينر بإيطاليا، وهو مركز دولي للمحطات الأرضية المتصلة بالعديد من الأقمار الصناعية، يملكها رجل أعمال سعودي وبمجموعة المركبة، وتحتد في التمويل على أسس تجارية. وقامت بالبث المفتوح (أي غير المشفر) حتى نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٦ حتى دخلت في حزمة "الأوتال" على القمر الأمريكي (بانام سات-٤) الذي يغطي مناطق آسيا وإفريقيا مع القمر الصناعي عربسات 2A الذي يغطي المنطقة العربية، وتلتها قنوات أخرى غير مستقرة وهي قناة أمريكا (١ ديسمبر/كانون أول سنة ١٩٩٦)، وقناة إسرائيل (منتصف عام ١٩٩٦) فضلا -

أوربت<sup>(١)</sup>، وقناة الجزيرة (ISC)<sup>(٢)</sup>، وقنوات النيل المتخصصة<sup>(٣)</sup>، إلى جوار قناة النيل الدولية باللغة الإنجليزية والقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية<sup>(٤)</sup>.

في المقابل، نجد دولة صديقة تربطها بالعرب صلات نسب ومصاهرة وهي تركيا تستخدم هي أيضاً تابعين صناعيين هما (Turksat 1-B) و (Turksat 1-C)، أطلق الأول في ١١ أغسطس/آب سنة ١٩٩٤ وزنته ١,٧٧٩ كيلو جرام ليستقر على ارتفاع ٣٥,٨٠٠ كيلو متر، أما الثاني فقد أطلق في ٩ من يولييه سنة ١٩٩٦ ليستقر على الارتفاع نفسه ليخدم البث الإذاعي (إذاعة وتلفزيون) لتركيا وجورجيا<sup>(٥)</sup>. ونجد أيضاً دولة إسرائيل لديها على الأقل تابعان هما AMOS 1 و OFEQ-3، ويزن

= عن ١٤ مركزاً للإنتاج موزعة بين العواصم العربية وعدد من المدن الأوروبية بالإضافة إلى سبعة مكاتب للإعلان، والتحت في منتصف أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٩٦ مركزاً جديداً للإنتاج والبث من بلدة "انزانو" بإيطاليا مجهز بأنظمة التلفزيون الرقمي يمكنه بث ١٦ قناة تلفزيونية وإعادة بث ٢٥ قناة أخرى: نحو إقامة قناة تلفزيونية ثقافية عربية موحدة...، ص ١٣٣.

(١) إحدى قنوات شركات الموارد السعودية للأمر محالدين عبد الرحمن آل سعود، وبدأ البث رسمياً في ٢٥ من مايو/أيار سنة ١٩٩٤ (ليب، نحو إقامة قناة تلفزيونية عربية موحدة ص ١٢٣). وكان مركز البث روما / إيطاليا (النابلسي، الوضع الراهن للقنوات الفضائية...، سابق الإشارة إليه ص ٢٧٧).

(٢) أنشأتها مؤسسة لها استقلالها الذاتي بتحويل من دولة قطر، وبدأت إرسالها من الدولة في نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٩٦ وتخصصت في الأخبار والأحداث الجارية: ليب، نحو إقامة .....، ص ١٣٣.

(٣) بدأت بقناة النيل للدراما في سبتمبر/أيلول سنة ١٩٩٦ وبثت برامجها المشفرة ولتتها قنوات مفتوحة (غفر مشفرة) الأخبار، والثقافة، والرياضة، والتعليم، والمتنوعات والأسرة والأطفال: نحو إقامة .....، ص ١٣٤.

(٤) تضم القنوات الفضائية المصرية وقناة النيل الدولية وقناة الفضائية المصرية وقناة النيل الدولية، وبثت القناة الفضائية المصرية من خلال: القمر الصناعي العربي (هرسات)، والقمر الصناعي الأوروبي يوكسات والقمر الصناعي العالمي انطلسات، والقمر الصناعي أساسيات. وبثت قناة النيل الدولية التي تتبع برامجهما باللغتين الإنجليزية والفرنسية من خلال القمر الصناعي العربي هرسات، والقمر الصناعي العالمي انطلسات، وتشمل القنوات الفضائية المشفرة حالياً قناة النيل للدراما والقناة الفضائية المصرية، وبثت هاتان القناتان ضمن مجموعة "الأول" بينما تنقل القناتان مع القنوات الفضائية المصرية للمفترحة إلى الولايات المتحدة الأمريكية. وهذا كله يتيح تغطية القنوات الفضائية المصرية كلها لأكبر مساحة جغرافية.

انظر في تفصيل ذلك الأستاذ حسن محمد حامد أحمد: تجربة القنوات الفضائية المصرية، منشور في القنوات الفضائية المصرية العربية، سابق الإشارة إليه ص ٣٧٢:٣٧٤ وانظر تقارير تجارب في مجال البث الفضائي في الأردن، والشارقة والبحرين، وتونس، والجزائر، والسودان، وسوريا، وسلطنة عمان وموريتانيا واليمن. القسم الثاني من كتاب القنوات الفضائية العربية، سابق الإشارة إليه ص ٣١٥:٣٩٢.

(٥) موقع: <http://www.meda.be/en/index354.htm>

## البحوث

الأول ٩٩٦ كيلو جرام وأطلق في ١٦ من مايو/أيار سنة ١٩٩٦ وهو تابع مخصص للاتصالات السمعية، والسمعية البصرية، أما الثاني فهو للمتابعة العسكرية وأطلق في ٥ من مايو/أيار سنة ١٩٩٦.

وإذا كانت كل التوابع المصرية والتركية قد أطلقت بصاروخ Ariane من قاعدة كور وبمستعمرة جاياناسا الفرنسية فقد أطلق هذا التابع الإسرائيلي بصاروخ إسرائيلي الصنع وهو Shavit من قاعدة جنوب تل أبيب في (Palmahim) وهو من صنع شركة:

(<sup>(١)</sup> MLM System Engineering and Integration) و (IAI : Israel Aircraft Industries)

وما تقدم يتضح مدى حرص الدول جميعا على التواجد الفعال في الفضاء الخارجي ، وتلك زمام المبادرة الإعلامية بمخبراتها الواسع <sup>(٢)</sup> في عالم لم يعد يعرف للبث الإذاعي حدوداً جغرافية أو قيوداً تقنية إلا بقدر رغبة موجه البث وليس متلقيه.

على أية حال ، فإن تجربة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) في تأمين خدمات الاتصالات الفضائية في جميع الدول العربية <sup>(٣)</sup> تستدعي التروي في توجيه رعاوس الأموال العربية إلى غير هذه المؤسسة حتى يكون الاستخدام رشيداً ويعود بالنفع على العرب جميعاً.

وقبل أن نخوض في شرح مشكلات المؤلف مع التوابع الصناعية ، نجد لزماً علينا أن نسرد بدايةً المساهمات التسعة المعروفة دولياً باسم نظرية بوجش (Théorie Bogsch) ، نسبة إلى الدكتور "أرباد بوجش" (<sup>(٤)</sup> Arpad Bogsch) مدير عام المنظمة العالمية للملكية الفكرية (أومي/ ويو) حتى قرب نهاية

(١) انظر موقع : <http://www.meda.be/en/index 348.htm>

(٢) ولا نتحدث في هذا المقام عن توابع الأبحاث العلمية، فعلى سبيل المثال نجد الأهرام في عدد ٢١ من أغسطس/آب سنة ٢٠٠٠ يشير إلى أن الرياض أعلنت أن لديها قمرين للأغراض العلمية أطلقا بصاروخ روسي من منطقة بايكونور في جمهورية كازاخستان واسم التابعتين (مسعودي سات ١ و مسعودي سات ٢).

(٣) الأستاذ رشيد عبد الحق، تجربة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية/ عربسات، ولفترات الفضائية العربية...، سابق الإشارة إليه ص ٤١٦.

(٤) الصياغة الموجزة لهذه المبادئ في التقرير الآتي :

Rapport de groupe d'experts sur les aspects droit d'auteur de la radiodiffusion directe par satellite de communication (Paris: 18 au 22 Mars 1985); Revue Dr.Auteur 1985; pp. 158:168

ثم انظر البيان التفصيلي لهذه النظرية بعد أن وضحت معالمها :

Oeuvres audiovisuelles et phonogrammes : Document préparatoire pour le comité d'experts gouvernementaux OMPI/UNESCO et rapport de ce comité (Paris, 2-6 juin 1986), Revue Dr. Auteur 1986 pp. 184:219.

ونشير للمرجع الأول بتقرير لجنة عام ١٩٨٥ ، أما المرجع الثاني فنشير إليه بأعمال لجنة عام ١٩٨٦ .

التسجيلات<sup>(١)</sup>. ويمكن أن نوجز هذه المبادئ التسعة التي حازت قبولاً دولياً عاماً - وإن كان البعض قد تحفظ عليها - على النحو الآتي :

١- تعد الإذاعة بواسطة التتابع الصناعية ذات الإرسال الإذاعي المباشر بثاً إذاعياً وفقاً لاتفاقية برن واتفاقين جنيف (المعروفة باسم الاتفاقية العالمية) وروما . ويجب أن يتمتع أصحاب الحقوق من المؤلفين أو خلفهم والمودين والعازفين ومتحى الفونوجرام وهيئات الإذاعة عند البث الإذاعي المباشر عبر هذه التتابع الصناعية لمصنفاتهم بنفس الحقوق التي يتمتعون بها عند البث الإذاعي التقليدي (بواسطة المحطات الأرضية) (مبدأ رقم ١١ بشأن المصنفات السمعية البصرية)<sup>(٢)</sup>.

٢- المسئول عن البث الإذاعي المباشر عبر التتابع الصناعية هو القائم بالإذاعة عند البداية (من يمنح الأمر بالإذاعة) وتتعقد مسؤوليته هذه في مواجهة أصحاب حقوق المؤلف على المصنفات المذاعة وكذلك في مواجهة المودين والعازفين ومتحى الفونوجرام ، وهيئات الإذاعة الذين قد تتعلق حقوقهم بهذه المصنفات (مبدأ رقم ١٢ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٣- إذا تم التوصيل العكسي (البث بغرض الاستقبال من الجمهور) عن طريق تابع صناعي للإرسال الإذاعي المباشر ، تعد عملية التوصيل (البث) واقعة ، في نفس الوقت ، في البلاد التي ترسل منها الإشارات حاملة البرنامج ، وفي كل الدول التي يغطيها التابع الصناعي بإرساله (وللجمهور المستهدف بتوصيل (بث) المصنفات السمعية البصرية) (مبدأ رقم ١٣ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

(١) والتسمية الكاملة لها باللغة الفرنسية هي : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle والمختصر الفرنسي هو OMPI (وبالعربية أومي) ، أما باللغة الإنجليزية فالتسمية الكاملة هي World Intellectual Property Organization ، المختصر الإنجليزي هو Wipo وينطق هذا المختصر الأصغر منفصلاً أي كل حرف على حدة فنقول (دابل يو / أي / بي / أو) من شأنه أن ذلك شأن منظمة الصحة العالمية بالفرنسية O.M.G. (organisation Mondiale de la santé) أو بالإنجليزية World Health Organization W.H.O Organisation وليس واير أو ويو كما يرد عادة في الطبعة العربية لنشورات هذه المنظمة ، وسبب ذلك هو أن "واير" هي المختصر المستخدم في الولايات المتحدة الأمريكية للدلالة على الجهة القائمة على أعمال الصرف الصحي هناك . مع ذلك فإن المختصر الإنجليزي المستخدم عادة هو "ويو" بالنسبة لكل المكاتبات باللغة العربية للوجهة من المنظمة داخلها أو إلى الغير ، ويرجع ذلك إلى توعى اعتبارات السهولة والبس في النطق والكتابة العربية ، علالة على أن المختصر الإنجليزي غير المرغوب في استخدامه غير معروف لقراء العربية .

(٢) أشير إلى هذه المبادئ بالمختصر AW وهذا المختصر مصطلح إنجليزي وهو Audiovisual Works : ومعناه المصنفات السمعية البصرية : انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها .

## البحوث

المستهدف بتوصيل (بيث) المصنفات السمعية البصرية) (مبدأ رقم ١٣ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٤- القوانين الوطنية الواجبة التطبيق وفقاً لاتفاقيات برن والعالمية وروما - والتي تأخذ جميعها بمبدأ المعاملة الوطنية - هي في آن واحد، قانون الدولة التي ترسل منها الإشارات حاملة البرنامج وقانون كل دولة مغطاة بإرسال التابع الصناعي . فإذا لم تكن القوانين الوطنية المطروحة تمنح غطاء ودرجة الحماية نفسها ، فيتعين تطبيق المستوى الأعلى للحماية (مبدأ رقم ١٤ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٥- يتعين اعتبار مجموع عمليات بث الإشارات حاملة البرنامج (إرسال : الرابطة الصاعدة، والرابطة الهابطة والنقل من المحطة الأرضية) عند البث بواسطة تابع صناعي له نطاق خدمة ، محدد بمخاطبة عملية إذاعة واحدة ووحيدة مكونة من عدة مراحل . كنتيجة لذلك ، عندما يتم بث مصنفات سمعية بصرية بهذه الوسيلة ، يجب أن يتمتع أصحاب حقوق المؤلف عليها ، وكذلك المؤدون والمعاذفون ومنتجو الفونوجرام وهيئات الإذاعة الذين تتعلق حقوقهم بهذه المصنفات بالحقوق نفسها التي يتمتعون بها عند البث الإذاعي التقليدي (بواسطة المحطات الأرضية) (مبدأ رقم ١٥ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

٦- نعتقد مسؤولة كل من هيئة الإذاعة الأصلية وهيئة الإذاعة التي تبث الإرسال من المحطة الأرضية المستقبلية معاً في مواجهة أصحاب حقوق المؤلف على المصنفات السمعية البصرية وكذلك المؤدين والمعاذفين ومنتجي الفونوجرام وهيئات الإذاعة الذين قد تتعلق حقوقهم بالبث ، وذلك فيما يتعلق بالمرحلة الأخيرة من الإذاعة<sup>(١)</sup> (بواسطة المحطة الأرضية) . وتنفرد هيئة الإذاعة الأصلية بالمسؤولية

---

(١) طبقاً للمبدأ رقم ٣٥ بشأن المصنفات السمعية والبصرية : إذا تمت هذه المرحلة الأخيرة بطريقة سلكية (كابلية) فإن الإرسال السلكي تخضعه المبادئ الخاصة بالإذاعة السلكية (انظر المبادئ أرقام ٢٧، ٢٨، ٣١، ٣٢، ٣٣، ٣٤/٢ بشأن المصنفات السمعية البصرية): انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها ص ٢٠٥:٢٠٦ ويخص المؤلفين من هذه المبادئ هذان المبدعان: المبدأ رقم ٢٧ : يمتلك المؤلف أو حلقه حقاً استثنائياً في الترخيص بتوزيع مصنفه المهيمن بحق المؤلف إذا كان هذا البرنامج سلكياً أصلياً ، وبعد ذلك إذا كان يوزع بطريقة سلكية للمرة الأولى دون أن يسبق ذلك بث إذاعي أو يكون التوزيع السلكي لبرنامج إذاعي ثم في وقت البث الإذاعي نفسه ، أما إذا كان قد تم في وقت لاحق للبث الإذاعي فلا بد من أن يكون البرنامج عند توزيعه سلكياً متضمناً أصواتاً أو صوراً غير واردة في البث الإذاعي الأصل: انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها ص ٢٠٥ .

عن المراحل السابقة على المرحلة الأخيرة في مواجهة أصحاب الحقوق (مبدأ رقم ١٦ بشأن المصنفات السمعية والبصرية)<sup>(١)</sup>.

٧- إذا تم التوصيل العكسي ( البث بغرض الاستقبال من الجمهور ) عن طريق تابع صناعي للإرسال الإذاعي المحدد نطاق الخدمة، والذي يمتد نطاق تشغيله بواسطة محطة أرضية ، فإن التوصيل (البث) يقع ، في الوقت نفسه ، في البلد الذي ترسل منه الإشارات حاملة البرنامج صوب التابع الصناعي ، وفي كل دولة من الدول التي تقوم المحطة الأرضية بتوزيع إرسالها عليها وللجمهور المستهدف بتوصيل (بث) المصنفات السمعية البصرية (مبدأ رقم ١٧ بشأن المصنفات السمعية البصرية)<sup>(٢)</sup>.

٨- القوانين الوطنية واجبة التطبيق - وفقاً لاتفاقيات برن والعالمية وروما التي تنص جميعها على مبدأ المعاملة الوطنية - تتمثل في الوقت نفسه - في قانون الدولة التي ترسل منها الإشارات حاملة البرنامج صوب التابع الصناعي المحدد نطاق الخدمة وقانون كل دولة توزع المحطة الأرضية الإرسال فيها . فإذا رجع أصحاب الحقوق بمقتوهم على الهيئة التي تنقل الإشارات من المحطة الأرضية ، فإن القانون الواجب التطبيق هو قانون الدولة الواقعة فيها المحطة الأرضية . وإذا احتار هؤلاء الرجوع بمقتوهم على الهيئة التي تنقل الإشارات إلى التابع الصناعي ، وكانت القوانين الوطنية لا تمنح نط ودرجة الحماية نفسها ، فيتمتع تطبيق المستوى الأعلى في الحماية (مبدأ رقم ١٨ بشأن المصنفات السمعية البصرية)<sup>(٣)</sup>.

٩- إذا كان التابع الصناعي المحدد نطاق الخدمة يث إشارات يمكن استقبالها بواسطة الجمهور العريض عن طريق أداة استقبال شائعة الاستخدام بين الجمهور، فلا يجب أن تعتبر بث هذه الإشارات فيما يتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة نقلاً إذاعياً عبر التابع الصناعي المحدد نطاق الخدمة ولكن نقلاً إذاعياً بواسطة تابع صناعي للإذاعة المباشرة (مبدأ رقم ١٩ بشأن المصنفات السمعية البصرية).

(١) ينطبق هذا الحكم أيضاً - مع تغيير ما يلزم تغييره من مصطلحات - إذا كانت الجهة القائمة بالتوزيع تستعمل وسيلة سلكية في التوزيع (مبدأ رقم ٣٦ بشأن المصنفات السمعية البصرية) : انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها ص ٢٠٧.

(٢) ينطبق هذا الحكم أي - مع تغيير ما يلزم تغييره من مصطلحات - إذا كان التوزيع يتم بوسيلة سلكية (مبدأ رقم ٣٧ بشأن المصنفات السمعية البصرية) تقرير أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه ص ٢٠٧ .

(٣) ينطبق هذا الحكم أي - مع تغيير ما يلزم تغييره من مصطلحات - إذا كان التوزيع يتم بوسيلة سلكية (مبدأ رقم ٣٨ بشأن المصنفات السمعية البصرية) تقرير أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه ص ٢٠٧ .

## المبحث

وتقتضي الدراسة المتعمقة لهذه المبادئ - حتى نستطيع أن نحكم لها أو عليها - أن نقسم بحثنا إلى

خمسة محاث هي على التوالي :

الأول : ماهية التوابع الصناعية .

الثاني : مدى إمكان اعتبار بث التوابع الصناعية بثاً إذاعياً خاضعاً لتشريعات حق المؤلف .

الثالث : الجهة المسؤولة عن احترام حقوق المؤلف .

الرابع : القانون الواجب التطبيق على الدعاوى المتعلقة بالبث الإذاعي عبر التوابع الصناعية .

الخامس : معيار تحديد منطقة الاستقبال الواجب سداد حقوق المؤلف عنها .

وللوصول إلى أعلى درجات التوضيح والبيان ، نقتصر في دراستنا هذه على

التشريع الوطني لحق المؤلف في كل من مصر<sup>(١)</sup> وقبلتها التشريعية فرنساً<sup>(٢)</sup> ،

بل سنفسح مجال البحث ليشمل صيغة باريس عام ١٩٧١ من اتفاقيتي برن<sup>(٣)</sup>

(١) وهو القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية (الجريدة الرسمية العدد ٢٢ مكرراً في ٢ من

يونيو /حزيران سنة ٢٠٠٢) الذي حل محل القانون رقم ٤٥٣ لسنة ١٩٥٤ الصادر في ٢٤ من يونيو/حزيران سنة

١٩٥٤ (الوقائع المصرية في ٢٤ من يونيو/حزيران سنة ١٩٥٤ ، العدد ٥٤٩ مكرر غير احتيادي) الذي عدل مرتين

الأولى بالقانون رقم ١٢ لسنة ١٩٦٨ (الجريدة الرسمية العدد رقم ٢٠ في ١٦ من مايو/أيار سنة ١٩٦٨) والثانية

بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٧٥ (الجريدة الرسمية العدد رقم ٢٦ في ٢٦ من يونيو/حزيران سنة ١٩٧٥) ويعلق

التعديل الأول بإنداع الكتب (مادة ٤٨) والثاني بإنداع الأشرطة السينمائية (مادة ٤٨ مكرر).

(٢) وهو القانون الصادر في ١١ من مارس/آذار سنة ١٩٥٧ (قانون رقم ٢٩٨-٥٧ لسنة ١٩٥٧) منشور بالجريدة

الرسمية في ١٤ من مارس/آذار سنة ١٩٥٧ وصحح خطأ ورد فيه في الجريدة نفسها في ١٩ من أبريل/نيسان سنة

١٩٥٧ ثم عدل بقانون رقم ٦٦٠ - ٨٥ في ٢ من يولييه/تموز سنة ١٩٨٥ : J.O. 1179 année no. 153 p. 343-3 L [ في الأول من

يولييه/تموز سنة ١٩٩٢ وصدر النسخ الإجمالي منه في ١٠ من أبريل/نيسان عام ١٩٩٥ : انظروا دراية حديثة لهذا

التقنين في الشق الخاص بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة :

André Lucas & Henri-Jacques Lucas, Traité de la propriété littéraire et artistique,

Litec/ France 2ème éd. 2001

(٣) أبرمت في ٩ من سبتمبر/أيلول سنة ١٨٨٦ بمدينة برن السويسرية وبدأ تنفيذها في ٥ ديسمبر/كانون أول في ٤ من

سبتمبر/أيار سنة ١٨٨٧ وقعت وثيقة باريس الإضافية وبدأ نفاذها في ٩ من ديسمبر/كانون أول سنة ١٨٩٧ ، وفي

١٣ من نوفمبر/تشرين ثان سنة ١٩٠٨ أجرى تعديل برلين وبدأ نفاذه في ٩ من سبتمبر/أيلول سنة ١٩١٠ ، وفي

٢٠ من مارس/آذار سنة ١٩١٤ وقع بروتوكول برن الإضافي وصار نافذاً في ٢٠ من أبريل/نيسان سنة ١٩١٥ ، -



## البحوث

وجنيف<sup>(١)</sup>، والتي تسمى أيضا بالاتفاقية العالمية، الدوليتين لحق المؤلف. وقد رأينا حجب ثلاث اتفاقيات دولية أخرى عن مجال بحثنا وهي اتفاقية روما<sup>(٢)</sup> الخاصة بحماية حقوق المؤلفين والعازفين ومنتجي الفونوجرام (التسجيلات الصوتية) وهيئات الإذاعة، واتفاقية جنيف المتعلقة بحماية منتجي الفونوجرام من خطر النسخ غير المشروع للفونوجرامات<sup>(٣)</sup>

= وفي ٢ من يونيو / حزيران سنة ١٩٢٨ أجرى تعديل روما وصار نافذاً في أول أغسطس / آب سنة ١٩٣١، وفي ٢٦ من يوليو / حزيران سنة ١٩٤٨ تم تعديل بروكسل وصار نافذاً في أول أغسطس / آب عام ١٩٥١ وفي ١٤ من يوليو / تموز سنة ١٩٦٧ تم تعديل إستكهولم وبدأ نفاذ أحكامه الإدارية مع مطلع عام ١٩٧٠ وفي ٢٤ من يوليو / تموز سنة ١٩٧١ تم تعديل باريس وبدأ نفاذه في ١٠ من أكتوبر / تشرين أول سنة ١٩٧٤ : انظر دليل اتفاقية برن الصادر عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية / جنيف عام ١٩٧٩ والذي وضع نصه الفرنسي Claude Masouyé ونصه العربي الأستاذ الدكتور عز الدين عبد الله (ص ٦). وقد انضمت مصر إلى عضوية هذه الاتفاقية - صحيفة باريس - بالقرار الجمهوري رقم ٥٩١ لسنة ١٩٧٦ (البريدة الرسمية، السنة العشرون، رقم ٢٤ في ١٦ من يونيو / حزيران سنة ١٩٧٧) وقد أصبحت هذه الاتفاقية طبقاً للمادة ١٥١ من الدستور ناسخة لما يتعارض معها من أحكام في القانون المصري : انظر في نفاذ المعاهدات الدولية بعد الموافقة عليها دون حاجة إلى صدور تشريع داخلي بذلك : نقض مدين، ٢٢ من ديسمبر / كانون أول سنة ١٩٨٠، مجلة المحاماة، العددان السابع والثامن، السنة الخامسة والستون ص ٧٨: ٧٦ و ١٨ من يونيو / حزيران سنة ١٩٨٢، مجموعة للكتب الفني، ٣٣، رقم ٩٧ ص ٥٤٢: ٥٤٤. أما فرنسا فهي عضو في هذه الاتفاقية (صحيفة باريس) بموجب المرسوم رقم ٧٤٣ - ٧٤ الصادر في ٢١ من أغسطس / آب سنة ١٩٧٤ (J.O 28 Août 1974) وبلغ عدد أعضاء الدول المنضمة إلى هذه الاتفاقية المبدلة ١٤٨ دولة 165 p. Auteur 1991 juillet - Août 1991 p.

(١) وضمت هذه الاتفاقية عام ١٩٥٢ بمدينة جنيف السويسرية ثم عللت في باريس عام ١٩٧١، وقد انضمت فرنسا إلى عضوية هذه الاتفاقية المبدلة بالمرسوم رقم ٤٨٢ - ٧٤ في ٤ من أكتوبر / تشرين أول سنة ١٩٧٤ (J.O. 10 Octobre 1974) ولم تتضمن مصر إليها حتى الآن ورغم انتهاء أعمال عدة لجان شكلت لدراسة هذا الموضوع وانتهت جميعا إلى أهمية الانضمام إليها.

(٢) وضمت هذه الاتفاقية في مدينة روما الإيطالية في ٢٦ من أكتوبر / تشرين أول سنة ١٩٦١ من أكتوبر / تشرين أول سنة ١٩٦١ ودخلت حيز النفاذ في ١٨ من مايو / أيار سنة ١٩٦٤ (انظر : Guide de la convention de l'OMPI/Genève 1981 p.7) ویشرو إحصاء تم في أول عام ٢٠٠١ أن عدد الأعضاء فيها بلغ عدة دول منها فرنسا التي انضمت إليها في ٣ من يوليو / تموز سنة ١٩٨٧ (Dr.Auteur 1991 p.9)

(٣) وضمت هذه الاتفاقية في مدينة جنيف السويسرية في ٢٩ من أكتوبر / تشرين أول عام ١٩٧١ ودخلت حيز النفاذ في ١٨ من أبريل / نيسان عام ١٩٧٣ (انظر : Ibid،(Guide، 127، p. ويشرو إحصاء تم في أول يناير / كانون الثاني -

## البحوث

(أو لتسجيلاتهم)<sup>(١)</sup> واتفاقية بروكسل الخاصة بتوزيع الإشارات الحاملة للبرامج المرسلة عبر التوايح الصناعية<sup>(٢)</sup>. ومرد ذلك إلى أن هذه الاتفاقيات تتعلق بحماية حقوق مجاورة لحق المؤلف<sup>(٣)</sup> وليس بحقوق السبدين من المؤلفين : اتفاقية روما تحمي المؤدين والمؤلفين ومنتجى الفونوجرام وهيئات الإذاعة، واتفاقية جنيف تحمي منتجى الفونوجرام، واتفاقية بروكسل تستهدف في المقام الأول، حماية هيئات الإذاعة عبر نوع واحد من أنواع التوايح الصناعية وهو توايح البث الإذاعي غير المباشر<sup>(٤)</sup>.

كذلك ، رأينا تجنب الخوض في للسائل العقدية المتعلقة ببناء التابع أو بته لبرامجه ، على أساس أن مجال دراسته هو القانون الخاص للفضاء (Droit privé de l'espace)<sup>(٥)</sup>.

---

= عام ١٩٩١ إلى أن عدد الأعضاء فيها بلغ سبعا وستين دولة منها فرنسا في ١٨ من أبريل/نيسان سنة ١٩٧٣ ومصر في ٢٣ من أبريل/نيسان سنة ١٩٧٨ (Dr. Auteur 1991 p.9)

(١) انظر في تعريف هذه المصطلحات ودراسة مشكلات المؤلفين المتعلقة بهذه المسألة : مقالنا المعلنون : تأجير الفونوجرام والفيليدوجرام ، مجلة المحاماة ، المجلد الخامس والسادس ، مايو / أيار - يونيو/حزيران سنة ١٩٨٨ ، السنة الثانية والستون ، ص ١٢٠ : ١٣٨.

(٢) وضمت هذه الاتفاقية في مدينة بروكسل البلجيكية في ٢١ من مايو/أيار سنة ١٩٧٤ ودخلت حيز النفاذ في ٢٥ من أغسطس/آب عام ١٩٧٩ ويشير إحصاء تم في يولييه/تموز عام ٢٠٠١ إلى أن عدد الأعضاء فيها بلغ في هذا التاريخ أربع عشرة دولة.

(٣) تسمى بالفرنسية Neighbouring rights وتسمى بالعربية الحقوق المجاورة أو الحقوق المشابهة ، ونحن نفضل التسمية الأولى الواردة في المتن لثقافتها اللغوية والعملية ، فحقوق هؤلاء لا تشبه حقوق المؤلفين المبدعين بل تجاورها: انظر في استعمال المصطلح الذي نلناه : معجم مصطلحات حق المؤلف والحقوق المشابهة ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية / جنيف عام ١٩٨٠

(٤) انظر رسالتنا سالفة الذكر (النسخة العربية) ص ١٠٩

(٥) انظر في ذلك المرجع القيم للدكتورة Lawrence RAVILLON والذي يمثل جزءاً من رسالتها لنيل درجة الدكتوراه :

Les Télécommunications par satellite : Aspects Juridiques, préface: par Professeur Eric Loquin, Université de Bourgogne - CNRS, Travaux du recherche sur le droit des Marchés des investissements internationaux / volume 17, Litec/France, 1997. pp. 127 et s

## المبحث الأول

### ماهية التوابع الصناعية

تقتضى دراسة مشكلة البث الإذاعي عبر التوابع الصناعية الإلمام ببعض المعلومات التقنية البسيطة ، حتى يتمكن من معالجة الموضوع معالجة سليمة، فنعرف المقصود بالتابع الصناعى ، ثم نوضح الأنواع المختلفة لهذه التوابع، فإذا انتهينا من ذلك نكون قد حللنا ماهية التوابع الصناعية :

#### أولاً : تعريف التوابع الصناعية :

يقصد بمصطلح تابع صناعى : كل جهاز يمكن أن ينقل إشارات ويقع فى الفضاء الخارجى للأرض<sup>(١)</sup> أو يقع مداره جزئياً على الأقل فى ذلك الفضاء<sup>(٢)</sup>.

وتستخدم هذه التوابع الصناعية فى الاتصالات ، وبوجه خاص فى نقل البرامج التليفزيونية بين البلدان المختلفة ، متعطية بذلك الحواجز الجغرافية والسياسية<sup>(٣)</sup> .

(١) تصريف أعيدت به المادة الأولى ققرة أولى من اتفاقية بروكسل للموقعة فى ٢١ من مايو/أيار سنة ١٩٧٤ والمسماة باتفاقية التوابع الصناعية والسابق الإشارة إليها فى هامش رقم ٢٩ .

(٢) إضافة لبطاحية وردت بالنص العربى الرسمى للأحكام النموذجية للتشريعات الوطنية لتنفيذ اتفاقية بروكسل ، مطبوعات المنظمة العالمية للملكية الفكرية عام ١٩٨٣ .

(٣) يتعرض القمر الصناعى فى دورانه حول الأرض فى أوقات معينة من العام - هى فترة الاعتدال الربيعى فى ٢١/٣ وفترة الاعتدال الخريفي فى ٢١/٩ - إلى فترة محسوف محسوف لا يرى القمر الصناعى الشمس نتيجة لوجود الأرض بينهما وبين القمر الصناعى . ويستمر هذا الكسوف إلى أكثر من ساعة تقريباً يومياً فى فترات الاعتدال المذكورين، وبذلك ينقطع التردد بالكهرباء من أشعة الشمس . وكبدل مؤقت يتم تركيب بطاريات قوية وكفولة على القمر تزوده بالطاقة فى فترة الكسوف يتم تعبئتها وشحنها مدة أخرى بعد الخروج من الكسوف والعودة لرؤية الشمس (انظر المنظمة العربية والثقافة والعلوم، الأكمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ص٣٩) وحديث بالذكر أن تغذية أجهزة القمر الصناعى بالطاقة يتم بتركيب ألواح للخلايا الشمسية تعمل على تحويل الطاقة الشمسية المتوفرة إلى تيار كهربائى تتردد منه جميع أجهزة القمر الصناعى . وتكون هناك أجهزة مراقبة لهذا التيار الكهربائى عاملة على تثبيته عند مقدار معين وموزعة الطاقة بالقدر المناسب وكل جزء من أجهزة القمر الصناعى (الرجع لنفسه ص٣٩) ويتم تركيب سخانات حرارية تعمل على تسخين الأجزاء التى تتعرض إلى انخفاض فى درجات الحرارة، وتركيب الأجهزة على القمر بطريقة تضمن التبادل الحرارى داخله عصبوا بالنسبة للأجهزة التى تستهلك طاقة كبيرة، فقدان ذلك يعم لعدم التوازن الحرارى للقمر حيث تتعرض بعض أجزائه للشمس إلى ١٥٠ درجة مئوية فوق الصفر بينما فى الظل قد تصل حرارة الأجزاء الأخرى إلى ٢٠٠ درجة تحت الصفر، يوضع عوازل حرارية متصدة الطبقات على أجزاء كثيرة من القمر وطلاء أجزاء أخرى بطلاء خاص يعكس ضوء الشمس وحرارتها (الرجع نفسه ص٣٩ : ٤٠).

## المصوت

ثانياً : أنواع التوايح الصناعية - لوهان :

نميز بين نوعين أو جيلين<sup>(١)</sup> من التوايح الصناعية وهما : التوايح الصناعية للبت الإذاعي غير المباشر ، والتوايح الصناعية للبت الإذاعي المباشر<sup>(٢)</sup>. ويمكن معيار التفرقة بينهما في وجود محطة أرضية تستقبل الإرسال من التابع الصناعي ثم تعيد بثه للجمهور في النوع الأول، وعدم وجود هذه المحطة في النوع الثاني<sup>(٣)</sup> وذلك على التفصيل الآتي :

النوع الأول : التوايح الصناعية للبت الإذاعي غير المباشر<sup>(٤)</sup> :

ويقصد بما التوايح التي تكون الإشارات حاملة البرامج التي تصدر عنها عاجزة عن الوصول مباشرة إلى الجمهور ، مما يستدعي تدخل محطة استقبال<sup>(٥)</sup> أرضية لتلقى هذه الإشارات وإحضارها لسلسلة من العمليات التقنية<sup>(٦)</sup> بغية تحويلها إلى إرسال مقروء من الجمهور<sup>(٧)</sup>. وبذلك ، يتمكن الجمهور من استقبال الإرسال بواسطة أجهزة الاستقبال الإذاعي العادية . ويتم بث هذا الإرسال إليه من المحطة الأرضية بإحدى طريقتين وهما : الطريقة السلكية (الكابلية) أو الطريقة اللاسلكية .

(١) انظر في استخدام هذا المصطلح قياساً على ما جرى عليه العمل من الحديث عن أجيال الحاسبات الإلكترونية : المقروء المرجع السابق ، ص ١٩ ومن الفقه الفرنسي :

Mario FABINAI, Le droit d'auteur face à la radiodiffusion directe par satellite, Dr. Auteur 1988 p. 17 et victor NABHAN. Les satellites et le droit d'auteur au Canada, RIDA, Avril 1984 p. 37.

(٢) انظر في تفصيل ذلك : MATTE, op. cit., pp. 5:9

(٣) انظر في تأييد هذه التفرقة التي لا تستند لقدرة التابع التقنية تفادياً لتطورها الزمن السريع : مكيون ، المرجع السابق، ص ١٧٩.

(٤) وتسمى باللغة الفرنسية Satellites de télécommunication وبالإنجليزية Telecommunication satellites.

وفي عام ١٩٨٦ (انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابقة الإشارة إليها ، ص ١٩٦) أطلق عليها تسمية مختلفة وهي بالفرنسية (Satellites de service fixe : SSF) وبالإنجليزية (Fixed Satellites Services : FSS) وهذه التسمية الأخيرة ترجعها الدقيقة هي التوايح الصناعية المحددة نطاق الخدمة أو ذات نطاق الخدمة المحدد ، وتطلق على نوع معين من التوايح الصناعية للبت الإذاعي غير المباشر التي لا يصل إرسالها إلى الجمهور عن طريق المحطة الأرضية وإنما عبر أجهزة استقبال خاصة . انظر لاحقاً تعريفنا لهذا النوع من التوايح الصناعية للبت الإذاعي غير المباشر بالصفحة بنفسها .

(٥) وتسمى بالفرنسية Station terrestre réceptrice وبالإنجليزية Ground receiver station

(٦) ونذكر من هذه العمليات عملية حل شفرة الإشارات (بالفرنسية Décodage de signaux وعملية التنقية (بالفرنسية Filtrage) .

(٧) يسمى بالفرنسية Emission lisible وبالإنجليزية Readable broadcast .

## البحوث

ونميز عادة بين نوعين من هذه التتابع وهما : التتابع الصناعية من نقطة إلى نقطة والتتابع الصناعية للتوزيع :

### ١- التتابع الصناعية من نقطة إلى نقطة<sup>(١)</sup> :

تقوم هذه التتابع الصناعية بإرسال إشارات إلكترونية قوية نسبياً ، حاملة للبرامج من المحطة الأرضية المرسل<sup>(٢)</sup> إلى محطة أرضية مستقبلية معينة، فتكون بذلك وسيطاً في عملية نقل الإرسال من المحطة الأولى إلى المحطة الثانية . ويطلق على عملية البث من التتابع الصناعي إلى المحطة الأرضية : عملية الحقن<sup>(٣)</sup> .

### ٢- التتابع الصناعية للتوزيع<sup>(٤)</sup> :

تقوم هذه التتابع بإرسال إشارات إلكترونية قوية نسبياً بالنسبة للإشارات التي تصدر عن التتابع الصناعية من نقطة إلى نقطة - حاملة البرامج من المحطة الأرضية إلى عدة محطات أرضية منتشرة في دائرة جغرافية واسعة . ويتسنى للجمهور التقاط هذا الإرسال عن طريق الوسائل السلكية أو اللاسلكية<sup>(٥)</sup> .  
ويؤدي اتساع الدائرة الجغرافية للاستقبال على هذا النحو إلى جعل احتمال التقاط هذه الإشارات

---

(١) وتسمى بالفرنسية Satellite de point à point وبالإنجليزية Point to point satellite

(٢) وتسمى بالفرنسية Station terrestre émettrice وبالإنجليزية Ground transmitting

(٣) وتسمى بالفرنسية Injection وبالإنجليزية Injection .

(٤) بالفرنسية Satellites de distribution وبالإنجليزية Distribution وتسمى البعض إلى تسميات أخرى وهي :

تتابع الاتصالات Satellites de communication وتتابع البث الإذاعي شبه المباشرة Satellites de

diffusion semi-directe ويضيف أن هذه التتابع تصل سمعتها إلى ست عشرة محطة إرسال تليفزيون ويمكن

استقبال إرسالها الآن بمواثبات استقبال مخروطية الشكل (antennes paraboliques/dish antennas)

يتراوح قطرها ما بين ١٥٠ : ١٨٠ سنتيمتر : بحث مقدم إلى الندوة الإقليمية لبحث تأثير التكنولوجيا الحديثة

قوانين الملكية الفكرية في البلاد الإفريقية والربية والتي انعقدت في القاهرة بناء على دعوة للمنظمة العالمية للملكية

الفكرية في الفترة ما بين ١٦ : ١٨ مايو/أيار عام ١٩٨٩ ، وصاحب هذا البحث هو الأمين العام السابق لاتحاد

إذاعات الدول العربية (أسس) التابع لجامعة الدول العربية الأستاذ/ عبد الله شقرون من المغرب وعنوان البحث

Distribution par câble et transmission par satellite, Document OMPI/WIPO :

FT/CA 89/12 p. 2 et 3.

(٥) أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها رقم ١٠١ ص ٢٠١ .

## البحرث

بواسطة محطات الاستقبال غير الموجه إليها الإرسال أصلاً قائمة . ويطلق على هذا الالتقاط غير المشروع "الصيد المخطور" <sup>(١)</sup>.

وللتدليل على قوة هذه التوابع من الناحية التقنية ، نذكر ما قالته الأستاذة STEUP Elisabeth من أنه يكفي وجود ثلاث وحدات من توابع التوزيع فوق المحيط الأطلنطي والمحادي والمندى حتى يغطي الإرسال، من الناحية العملية كل هيئات الإذاعة في العالم بأسره ، وأنه إذا قامت كل هيئة من هذه الهيئات بإعادة بث الإرسال نحو الجمهور لأمكن استقبله من ٩٠% من سكان العالم <sup>(٢)</sup>.

النوع الثاني : التوابع الصناعية للبث الإذاعي المباشر <sup>(٣)</sup> :

تصدر هذه التوابع إشارات إلكترونية قوية تحمل معها التوامج من محطة الإرسال إلى الجمهور مباشرة خصوصاً في المنازل [Direct to home reception: DTHR] . وعادة ما تكون أجهزة استقبال الجمهور مزودة بوسائل تقنية خاصة تسمح لها بتلقي الإشارات وترجمتها إلى برامج ، كما أن الغالب كان في ذلك الوقت يتم الاستقبال بطريقة سلكية <sup>(٤)</sup>. وإن كان هذا لا يمنع من أن يكون الاستقبال عن طريق أجهزة الاستقبال العادية في بعض الأحوال . هذا الاستقبال يتيح للجمهور الموجود في دائرة الاستقبال <sup>(٥)</sup> الاستفادة من هذه التكنولوجيا المتطورة . وبديهي أن هذه التوابع الصناعية لا تواجه أية مشكلات فيما يتعلق بمناطق الظل <sup>(٦)</sup>. أي التي يتعذر وصول الموجات

(١) وهذه التسمية (Braconnage) منسوبة إلى الأستاذ Eugen ULMER / ن ماله :

**Protection des auteurs lors de la transmission par satellites des programmes de radiodiffusion, RIDA no. LXXXXIII, juillet 1977 p. 7.**

(٢) La protection de l'auteur dans les émissions par satellites, Revue de l'U.E.R., (٢) Novembre 1973 no. 6p.73.

انظر في المعين نفسه القول بأنه يكفي أن يكون لدينا ثلاثة أقمار (توابع) صناعية موزعة فوق خط الاستواء لتحصل على تغطية كاملة للأرض جميعها وذلك فيما عدا المناطق القريبة من القطبين الشمالي والجنوبي (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، الأقمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٢٢).

(٣) بالفرنسية : Satellites de Radiodiffusion Directe, SRD أو Télévision direct par satellite Tds.

وبالإنجليزية : Direct Broad Cast satellite: DBS

(٤) وكان هذا هو العلاج الوحيد المطروح لمواجهة ارتفاع قيمة هوائيات الاستقبال الفردى لهذا الإرسال ، تقرير مؤتمر عام ١٩٨٥ رقم ١٩ ص ١٦٠.

(٥) تسمى بالفرنسية Zone d'empreinte أو Zone d'arrosage بالإنجليزية Receiving area أو Foot-print

(٦) تسمى بالفرنسية Zone d'ombre وبالإنجليزية Masked Zone .

## البحوث

المرتزلية<sup>(١)</sup> العادية إليها - لأن البث يتم عبر الفضاء<sup>(٢)</sup>. ويمكن ، لنذلل على المقدرة "الخارقة" لهذه التتابع الصناعية أن نذكر أن ثلاث وحدات منها كفيّلة بتغطية ٩٠% من مساحة العالم بإرسالها . وهذه المقدرة هي التي جعلت منها زائراً غير مرغوب فيه من بعض الدول لأسباب اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية مما أدى إلى خلق مشكلات قانونية كثيرة<sup>(٣)</sup> ومعقدة<sup>(٤)</sup>.

ويقع بين التتابع الصناعية للبث الإذاعي غير المباشر ، والتتابع الصناعية للبث الإذاعي المباشر نوع ثالث يجمع بين مزايا كل من هذين النوعين، وإن اعتبر من التتابع الصناعية للبث الإذاعي غير المباشر، وهي التتابع الصناعية المحددة نطاق الخدمة أو ذات نطاق الخدمة المحدد<sup>(٥)</sup>. فيستمر تلقي البث الإذاعي الصادر منها بواسطة أجهزة استقبال خاصة دون مرور بالمحطات الأرضية . ويرجع الفضل في ذلك إلى ما أوتيته هذه الإشارات حاملة التتابع من قوة أصبح معها ممكناً إلغاء المحطات الأرضية والاعتماد على هذه الأجهزة الأخف وزناً والأقل قيمة حالياً، شأنها في ذلك شأن سائر التتابع الصناعية للبث الإذاعي غير المباشر، وهذا هو ما جعل الأخيرة تستمر حنبا إلى جنب إلى جوار التتابع الصناعية للبث الإذاعي المباشر<sup>(٦)</sup>. ولعل ظهور هذا النوع المتميز من التتابع هو الذي جعل التفرقة بين النوعين التقليديين للتتابع الصناعية تخف حلتها جزئياً<sup>(٧)</sup>.

(١) نسبة إلى مبتكرها عالم الطبيعة الألماني Heinrich Rudolf HERTZ ولد في هامبورج عام ١٨٥٧ وتوفى في ١٩٨٤ عام الذي استطاع تطويع الموجات الكهرومغناطيسية لخدمة الاتصالات : انظر في ذلك Dictionario Enciclopedico HACHETTE/CASTEL, MADRID 1985 P. 709.

(٢) انظر مقال FABIANI السابق الإشارة إليه ص ٢٩.

(٣) ROGER FERNAY, Étude des problèmes qui soulèvent dans le domaine du droit d'auteur: les transmissions radiophoniques et télévisuelles par satellite de communication (Lausanne, 21-30 Avril 1971) : Document UNESCO/OMPI no.

5. p. 17. وانظر كذلك مقال FABIANI السابق الإشارة إليه ص ١٧.

(٤) هناك الآن من الأساليب ما يضمن سرية الاتصالات عن طريق وضع شفرة خاصة بطريقة البث والاستقبال تضمن السرية المطلوبة. وهذه تستخدم في الأغراض العسكرية ، كما تستخدم شيئاً مبسطاً منها شركات البث التلفزيون المباشر لضمان الحصول على الاشتراك من الزبائن لضمان شرائهم لأجهزة فك الشفرة: ((النظرة العربية للترقية والثقافة والعلوم ، الأعمار الصناعية، سابق الإشارة إليه ، ص ٤٩)).

(٥) انظر هامش رقم ٣٥ ويلاحظ أن استقبال إرسال هذه التتابع يحتاج إلى هوائيات استقبال غروبية الشكل تبعده شكل أطباق قطرها ٦٠ سنتيمتراً أو أكثر : شقرون. البحث السابق . ص ٣.

(٦) انظر مقال المستشار بمجلس الدولة الفرنسي : (André KEREVER). Droit d'auteur et satellites spatiaux: RIDA no. 121, juillet 1984 p. 29.

(٧) Michael J. FREEGARD, Radiodiffusion directe par satellite : Conséquences pour le droit d'auteur, RIDA no. 136 Avril 1988 p. 65.

## المبحث الثاني

### مدى إمكان اعتبار بث البرامج عبر التوايح الصناعية بثاً إذاعياً خاضعاً

#### لتشريعات حق المؤلف : نظريتان

نشأ خلاف كبير بين الفقهاء في شأن تحديد : ما إذا كان بث البرامج عبر التوايح الصناعية يعد بثاً إذاعياً خاضعاً لتشريعات حق المؤلف أم لا<sup>(١)</sup>، ونادى البعض بإدخال حق مالي جديد للمؤلف ضمن اتفاقيتي برن وجنيف لحق المؤلف تحت اسم : حق الحقن ، أو حق الإذاعة بواسطة توايح صناعية<sup>(٢)</sup>. وحتى يتسنى لنا أن نتخذ موقفاً من هذه المشكلة نفرد المجال لشرح وجهتي النظر اللتين انشقت إليهما الفقهاء، وقبل كل ذلك نستعرض نصوص تشريعات حق المؤلف في مصر وفرنسا واتفاقيتي برن وجنيف :

\* القانون المصري : كانت المادة السادسة من قانون رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ بشأن حماية حق المؤلف تنص على أن "حق المؤلف في الاستغلال يتضمن : نقل المصنف إلى الجمهور مباشرة بأية صورة، وخاصة بإحدى الصور الآتية : الإذاعة اللاسلكية للكلمة أو للصوت أو للصور ... أو نقل الإذاعة اللاسلكية بواسطة مكبر الصوت" ، وقد حلت محلها المادة رقم ١٤٧ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ التي تنص على : " يتمتع المؤلف وحلفه العام من بعده بحق استغاري في الترخيص أو المنع لأي استغلال لمصنفه بسأى وجه من الوجوه وبخاصة عن طريق ... البث الإذاعي أو إعادة البث الإذاعي أو الأداء العلني أو التوصيل العلني ... أو الإتاحة للجمهور ، بما في ذلك إتاحتها عبر أجهزة الحاسب الآلي أو من خلال شبكات الإنترنت أو شبكات المعلومات أو شبكات الاتصالات وغيرها من الوسائل ... " ،

- ويلاحظ هذا المؤلف أن التوايح الصناعية للبث الإذاعي المباشر مازالت تفوق التوايح الصناعية للبث الإذاعي غير المباشر ذات نطاق الخدمة المحدد من حيث القوة بمقدار عشرة أضعاف وأحياناً عشرين ضعفاً حيث تتراوح قوتها بين ٢٣٠-٢٦٠ وات ، وإن هناك توايح صناعية للبث المباشر ذات قوة متوسطة تتراوح بين ٤٠ - ٥٠ وات ، ويشير أيضاً إلى أن نطاق تشغيل هذه التوايح مازال محدوداً (انظر ص ٦٧ من هذا المقال) وإن ظروفها سياسية وتقنية واقتصادية عطلت انتشارها.

(١) انظر المقال السابق ص ٦٩ وهاشم رقم ٦ بالصفحة بنفسها Claude MASOUEY, Quid de droit d'auteur dans l'utilisation des satellites spatiaux, RIDA no. LXXII Avril 1972 p. 31.

(٢) Istvan SZILAGYI, Questions relatives à la radiodiffusion par satellites notamment au point de vue des droits d'auteur, Dr. Auteurs 1891 p. 163 .



## البحوث

وعرفت المادة ١٣٨ بند رقم ١٤ الإذاعة بأنها : البث السمعي أو السمعي البصري للمصنف أو للأداء أو للتسجيل الصوتي أو لتسجيل المصنف أو الأداء ، وذلك إلى الجمهور بطريقة لاسلكية ، وبعد كذلك البث عبر التوايح الصناعية .

\* القانون الفرنسى : تنص المادة ٢٧ من قانون رقم ٢٩٨ لسنة ١٩٥٧ بشأن الملكية الأدبية والفنية المعدل بالقانون رقم ٦٦٠ لسنة ١٩٨٠ على أن حق المؤلف في التمثيل يتعلق بكل توصيل للمصنف إلى الجمهور بأية طريقة كانت ، وعصوياً : نقل المصنف المذاع إلى مكان عام أو إذاعته ، وعرف المشرع الفرنسى الإذاعة<sup>(١)</sup> بأنها : البث بأية وسيلة من وسائل الإذاعة للأصوات والصور والمستندات والبيانات والرسائل ، أما كانت طبيعتها ، ثم أشار المشرع صراحة إلى أن بث المصنف صوب التوايح الصناعية يعد تمثيلاً للمصنف ، يلتزم القائم به بدفع حقوق المؤلف ، بل جاء التقنين الجديد للملكية الأدبية والفنية عام ١٩٩٢ في فرنسا ليستخدم مصطلح (télédiffusion) لينطى عمليات البث بالتوايح الصناعية (2\_122L).

\* اتفاقية برن : تنص المادة ١١ ثانياً ١/ (٧١) من صيغة باريس على تمتع المؤلفين بحق استثنائي في التصريح :

١- "بإذاعة مصنفاتهم ، أو بنقلها إلى الجمهور بأية وسيلة أخرى تستخدم لإذاعة الإشارات أو الأصوات أو الصور باللاسلكي .

٢- بأي نقل للجمهور ، سلكياً كان أو لاسلكياً ، للمصنف المذاع عندما تقوم بهذا النقل هيئة أخرى غير الهيئة الأصلية" .

---

(١) استبدل المشروع مصطلحاً جديداً وهو *Télédiffusion* بمصطلح *Radiodiffusion* الذى احتلف الفقه اختلافاً كبيراً بشأن محمله لوسائل الإذاعة الحديثة . ولاشك في أن الترجمة العربية للمصطلح الجديد صعبة إلى حد كبير وإن كنا نتفق في أن الترجمة السليمة هي الإذاعة أيضاً لأن كلمة *diffusion* معناها بث أو إذاعة وكلية *Télé* معناها "عن بعد" أى البث عن بعد أسوة بـ *Téléphone* أى السمع عن بعد ، *Télévision* أى الرؤية عن بعد . ويغنى المصطلح الجديد للإذاعة وسائل الإذاعة الحديثة والتقليدية على حد سواء : انظر في استخدام المصطلح المتحدث تقرير لجنة عام ١٩٨٥ السابق الإشارة إليه رقم ٢٠ ص ١٦٠ . ونحن من جانبنا لم نكن نود أن يتجه المشرع الفرنسى إلى استحداث مصطلحات تشريعية جديدة ، فكان يكفي أن يترك هذه المهمة للفقه . وبديهي أن الفقه يملك أن يطور مفهوم "الإذاعة" وفقاً للتطورات التقنية في هذا الشأن . وقد انتهى خبراء حق المؤلف لدى اجتماعهم عام ١٩٨٦ إلى مثل هذا الرأي ، فقد رأوا أن البث الإذاعي عبر التوايح الصناعية يدخل في المفهوم التقليدي لفكرة الإذاعة : انظر أعمال هذه اللجنة ، سابق الإشارة إليها ، رقم ٢١ ص ١٦٠ .

## البحوث

\* اتفاقية جنيف : نص المادة الرابعة "ثانيا" من اتفاقية جنيف على حق المؤلف في الإذاعة دون أن تتضمن أية تفاصيل مبينة لدلول هذا المصطلح .

نشير بداية بأن القانونين : المصرى والفرنسى استمدا أحكامهما مباشرة من الصياغة الأولى لاتفاقية برن عام ١٩٨٦ وهذا ما يجعل تفسير أحكامهما يجب أن يتفق - كقاعدة عامة - مع التفسير الواجب منحه لنصوص اتفاقية برن <sup>(١)</sup> مادامت هذه النصوص لم تتغير أسسها أو عباراتها تغييراً جوهرياً . ونلاحظ أن النص الفرنسى عام ١٩٨٥ قد تعدل حتى يشمل الوسائل المستحدثة للإذاعة مع الاحتفاظ دائماً بقاعدة عامة موداها : ملكية المؤلف لحق استغلال مصنفاته بأية طريقة كانت مقرونة بكلمة "خصوصاً" أو "بوجه خاص" . وهذا ما يجعلنا نقول بأن المشرع الفرنسى تدخل عام ١٩٨٥ بالتوضيح المفيد وليس بالتشريع الجديد، فهو لم يستحدث قواعد تشريعية جديدة ، وإنما تدخل ليخلص النص القديم من شبهة التخلف عن مواكبة التطور التقنى - على الرغم من أن النص يصلح لأجيال قادمة - ليوكد سلطان المؤلف على وسائل التوصيل المباشر لمصنفه إلى الجمهور سواء أكان ذلك عن طريق الإذاعة اللاسلكية أم السلكية <sup>(٢)</sup> . على أية حال فإن الصياغة الجديدة لهذا الحق قطعت الطريق على أية محاولة تفسير للنصوص القانونية تستهدف الحد من نطاق الحق الاستثنائى للمؤلف <sup>(٣)</sup> .

أما اتفاقية جنيف فالرأى الفقهي <sup>(٤)</sup> هو أنها تخضع في تفسيرها لحكم اتفاقية برن <sup>(٥)</sup> . وسند هذا الرأى يكمن في هاتين الحجتين :

(١) انظر في تفصيل ذلك رسالتنا سابق الإشارة إليها ، ص ١٠٦ وما بعدها.

(٢) ولم يكن هذا رأينا وحدنا عام ١٩٨٣ (انظر رسالتنا السابقة ص ١٠٦) بل كنا نشارك في ذلك الأغلبية الساحقة للفقهاء الفرنسى السابق على تعديل عام ١٩٨٥ ، انظر على سبيل المثال: - Henri DESBOIS, Le droit

d'auteur en

France, Dalloz 1978, no. 270 p. 35 et Györby BOYTHA, De la convention adopté à Nairobi concernant la distribution de signaux porteurs de programmes transmis par satellites vu sous l'angle de la protection du droit d'auteur, Dr, Auteur 1984 p. 74 et s. notamment p. 75 .

Dalloz, Claude COLOMBET, Propriété Littéraire et Artistique et Droits Voisins, (٣) 3ème édition no. 203.

E.ULMER, op. cit, p. 15 et Philippe GAUDRAT, La protection de l'auteur lors d'une (٤) spatiale de son oeuvre, RIDA 1980 no. 104 pp. 15-17. transmission

Rapport de groupe de travail sur les problèmes qui se pose sur le plan de droit (٥) voisins du droit d'auteur, la distribution par câble de d'auteur et des droits programme de télévision: Document UNESCO/OMPI/WG - CTV - 1 - 6 , Paris 6

Octobre 1977

الأولى : العمومية والمرونة اللتان تتسم بهما اتفاقية جنيف ولا سيما المواد ١ و ٢ و ٤ ثانياً بشأن الحقوق الاستثنائية للمؤلف .

الثانية : أسبقية اتفاقية برن وما ساد في ذهن واضعي الاتفاقية العالمية أو اتفاقية جنيف<sup>(١)</sup> من إحالة ضمنية إليها لتكملة ما يرد فيها من أحكام .

وعلى هذا الأسس نستطيع أن نقول - باطمئنان - أن موضوع البحث الحقيقي هو اتفاقية برن ، وأن مما سنوصل إليه من تفسيرات بشأنها سينسحب بالضرورة على القانون المصري واتفاقية جنيف (العالمية).

وبلاحظ أن الخلاف بين الفقهاء في ظل اتفاقية برن يتعلق بمعرفة ما إذا كان لابد أن يكون الجمهور مستهدفاً بالإرسال أم لا؟ والفائدة العملية لهذا الخلاف تكمن في أن الأخذ بالرأي الأول يجعل عملية البث من محطة الإذاعة صوب التابع الصناعي ليست عملاً إذاعياً خاضعاً لسلطان حقوق المؤلف عنه لعدم وجود جمهور ، على أساس أن البث المباشر إلى الجمهور من التابع الصناعي أو المحطة الأرضية هو الخاضع للحق الاستثنائي للمؤلف . على العكس، فإن التمسك بالرأي الثاني مفاده مباشرة المؤلف لحقوقه على كل عملية نقل لمصنفاته سواء أكان الجمهور موجوداً في نهايتها أم لا، وبناء على ذلك يحصل المؤلف على حقين ماليين : أولهما عن البث إلى التابع ، وثانيهما عن البث من التابع إلى الجمهور مباشرة (في حالة التتابع الصناعية المباشرة) أو عبر المحطات الأرضية (في حالة التتابع الصناعية غير المباشرة) أو أجهزة الاستقبال الخاصة (في حالة التتابع الصناعية غير المباشرة ذات نطاق الخدمة المحدد). وبديهي أن نتيجة هذا الخلاف لن تهم الفرنسيين بعد أن تدخل المشرع عام ١٩٨٥ مرجحاً اعتبار البث إلى التابع الصناعي - أي الحقن - عملاً إذاعياً خاضعاً لحق المؤلف، وإن ظلت النتيجة محتفظة بأهميتها في ظل القانون المصري واتفاقية جنيف (العالمية).

= وهذا هو ما أكدته جغراء حق المؤلف لدى اجتماعهم في باريس عام ١٩٨٦ ، أعمال لجنة عام ١٩٨٦ ، سابق الإشارة إليها ، رقم ٨١ ص ١٩٧ .

(١) استبعد البعض اتفاقية جنيف (العالمية) من مجال بحثه في مشكلات حق المؤلف الناشئة عن استخدام التتابع الصناعية على أساس أنها لم تتضمن تعريفاً للإذاعة ، Walter DISLENZ , La protection juridique des œuvres transmises par satellites de radiodiffusion directe, Dr. Auteur 1986 p. 352. مسافة وإغفال هذا التعريف بحسب للاتفاقية وليس عليها ، فهذا يجعلنا نقول بأن للمؤلف - وفقاً لاتفاقية جنيف - حقاً استثنائياً على إذاعة مصنفاته بأية وسيلة كانت : انظر تقرير عام ١٩٨٥ ، السابق الإشارة إليه رقم ١٣ أعمال لجنة ١٩٨٦ ، السابق الإشارة إليها ، رقم ٨١ ص ٩٧ .

## البحوث

ونعرض هاتين النظريتين على التوالي ، ثم نقب ذلك بتوضيح موقفنا من هذا الخلاف :

\* النظرية الأولى : البث الإذاعي المحتمل الاستقبال من الجمهور هو وحده يخضع للحق الاستثنائي للمؤلف :

يسرى أنصار هذه النظرية<sup>(١)</sup> أن الاستقبال المحتمل من الجمهور للإرسال هو وحده الخاضع لحق المؤلف الاستثنائي في مجال الإذاعة . ويرفضون بذلك اعتبار البث من المحطة الإذاعية صوب التابع الصناعي بـ إذاعياً خاضعاً لهذا الحق، ويستدلون في ذلك إلى المحجج الخمس الآتية :

الحجة الأولى : الإحالة الضمنية من المشرع الدولي لاتفاقية برن إلى تعريف الإذاعة الوارد في اللائحة الدولية لاتصالات الراديو<sup>(٢)</sup> الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات<sup>(٣)</sup> عام ١٩٤٧ . فتعد الإذاعة وفقاً لهذا التعريف : " إدارة اتصالات تبث الإرسال المرزلي بهدف أن يستقبله الجمهور مباشرة" (مادة ٢٨).

الحجة الثانية : تعريف الإذاعة الواردة في صياغة روما (عام ١٩٢٨) لاتفاقية برن ، والذي يجعل العلانية أساساً لخضوع عملية الإذاعة للحق الاستثنائي للمؤلف . ويعتقد أصحاب هذه الحجة في أن الطابع العلني للإرسال الإذاعي لم يتم استبعاده من صياغة بروكسل لاتفاقية إلا بغرض كفالة المرونة والبساطة للصياغة الجديدة . ويستدلون على ذلك بما ورد في أعمال اللجنة الفرعية لمؤتمر بروكسل من أن حق المؤلفين في الترخيص ينقل مصنفاتهم إلى الجمهور عن طريق الإذاعة ، يجب أن يستمر دون تعديل، وأن تبسيط الصياغة وحده اقتضى استبدال مصطلح الإذاعة بمصطلح النقل إلى الجمهور عن طريق الإذاعة<sup>(٤)</sup>.

الحجة الثالثة : فكرة الإذاعة التي أخذت بها اتفاقية روما لحقوق المؤدين والعازفين ومتتحي الرامج وهيئات الإذاعة (عام ١٩٦١) والتي بمقتضاها يخضع بث الصوت أو الصورة أو الصوت والصورة معا عبر الموجات الإذاعية لنصوص الاتفاقية ، شريطة أن تكون غايته أن يستقبله الجمهور .

B. ULMER, op. cit, p. 9 et c. MASOUYE, Guide ..., p. 78. (١)

Règlement International de Radiocommunication : R.I.R. بالفرنسية (٢)

Union International des Télécommunication : U.I.T. بالفرنسية (٣)

Actes de la conférence de Bruxelles, Berne 1951 p. 286. (٤)

الحجة الرابعة : رأى الوارد في ورقة العمل التي أعدتها منظمة الـ B.I.R.P.I الدولية <sup>(١)</sup> (التي أصبحت OMPI/WIPO فيما بعد) لمجموعة الخبراء الذين اجتمعوا في أكتوبر/تشرين أول عام ١٩٦٧ لبحث مشاكل حق المؤلف المتعلقة بالإرسال بواسطة التتابع الصناعية . فقد أعرب واضعوها عن اعتبارهم بث الإشارات الإذاعية في المحيط الفضائي غير خاضع لحق المؤلف ، على أساس أن هذا البث يتم إما في صورة ذهنيات لا يمكن للجمهور التقاطها ، وإما عبر أسلاك لا تصل إلى المحطة الأرضية المقصودة للموجه إليها الإرسال . وفي الحالتين لا توجد إذاعة في مفهوم حق المؤلف أو حتى وفقاً للمفهوم التقني .

الحجة الخامسة : حكم المحكمة العليا الكندية الصادر في الأول من شهر أبريل/نيسان عام ١٩٦٨ بشأن تحديد ما إذا كانت إعادة بث برنامج إذاعي عبر الهوائيات إلى هيئات إذاعية أخرى ، يعد عملاً من أعمال الإذاعة أم لا . فقد اعتبرت المحكمة أن توجيه الإشارات في صورة غير قابلة للتقاط المباشر من الجمهور لا يعد إذاعة في مفهوم تشريع حق المؤلف . ويجد أصحاب هذه الحجة فيها تعبيراً صادقاً عن موقف اتفاقية برن من المسألة ؛ لأن أحكام القانون الكندي مستمدة من اتفاقية برن <sup>(٢)</sup>.

وقد لاقت هذه الحجج الخمس رواجاً كبيراً لدى ممثلي هيئات الإذاعة لأنها تخولهم الحق في سداد جعل مادي واحد عن البث إلى الجمهور عبر التابع الصناعي المباشر ، أو المحطة الأرضية للتتابع الصناعية غير المباشرة ، دون البث من محطة الإذاعة الأرضية صوب التابع (الحقن).

\* النظرية الثانية : البث الإذاعي يخضع للحق الاستثنائي للمؤلف ، ولو لم يوجد جمهور :

يرى المؤلفون أن هذه النظرية تور حصوئهم على جعل مالى منفصل عن كل عملية من شأنها نقل مصنفاً عن طريق الحقن أو التوزيع، فما يعطى الحق للمؤلف في القضاء الجعل المالى هو عملية البث في حد ذاتها ، بصرف النظر عما إذا كان الجمهور يتلقاها أم لا . فيكون للمؤلف أن يحصل على جملتين ماديين : أولهما عن الحقن إلى التابع ، وثانيهما عن البث إلى الجمهور .

(١) التسمية الفرنسية الأصلية الكاملة هي :

Bureaux Internationaux Reunis Pour la Protection de la Propriété Intellectuelle.

(٢) انظر في تفصيل ظروف هذا الحكم والقول بأن ما وصل إليه الحكم بعد نتيجة منطقية هذه الظروف بغية عدم حصول الشركة المدعية على جعل مادي مزدوج عن عملية استغلال واحدة : مقال NABHAN سابق الإشارة إليه ص ١٩ وما بعدها.

## المحورث

ونقوم هذه النظرية على حجج أربع وهي :

الحجة الأولى : عدم إمكان الأخذ بتعريف الإذاعة الوارد في لائحة اتصالات الراديو عند تفسير اتفاقية برن، على أساس أن تلك اللائحة تنص في ديباجتها على أن التعريفات الواردة بها مقصورة على مجالات استعمال اللائحة وحدها، ولا يمكن من ثمة مدحا إلى حالات أخرى .

الحجة الثانية : ضرورة الرجوع إلى أعمال مؤتمر بروكسل لتعديل اتفاقية برن ، والثابت فيها أن الإرسال عبر الأنور وحده هو موضع الاعتبار، فيستوى أن يكون المصنف المذاع قد التقط واستمع إليه أو لا . فمالهم ، هو إمكانية الاستماع إلى الإرسال، فليس من المقبول تبرير إجراء عملية البث دون الحصول على ترخيص من المؤلف بالقول بأن أحداً لم يستقبل الإرسال . فالفارق واضح بين إرسال يمكن للجمهور التقاطه ، وهو خاضع لحق المؤلف وإرسال لا يمكن التقاطه مطلقاً من الجمهور ، وهو يخرج بيقين من نطاق الحق الاستثنائي للمؤلف<sup>(١)</sup>.

الحجة الثالثة : عدم إلزام ورقة العمل التي ادعتها منظمة الـ BIRPI، لأن هذه الورقة - كغيرها من أوراق العمل التي تقدم للحان العمل - تعدها سكرتارية المنظمة بمجرد عرض معلومات قابلة للمناقشة ، ومن الخطورة بمكان ، إعطاء هذه الآراء قيمة الرأي الرسمي للمنظمة لاسيما وأن هذا الرأي الوارد في ورقة العمل لم يكتب له التأييد من جانب لجنة العمل .

الحجة الرابعة : الطابع الإقليمي للأحكام الوطنية، فحكم القضاء الكندي ليس سوى حكم وطني مجرد من كل قيمة دولية ، علاوة على أن القانون الكندي نفسه الذي حكمت على أساسه المحكمة ، والذي يتبنى صياغة روما (عام ١٩٢٨) لاتفاقية برن - وليس صياغة بروكسل عام (١٩٤٨) - اختفت فيه فكرة الجمهور ، وذلك وفقاً لما أقر به أصحاب النظرية الأولى أنفسهم<sup>(٢)</sup>.

خلاصة القول ، أن المؤلف يملك الحصول على جزء مالى منفصل عن كل من عملية الحقن وعملية التوزيع باعتبار أن كلا منهما تعد بثاً إذاعياً للمصنف في مفهوم اتفاقيتي برن وجنيف .

(١) انظر مقال GAUDRAT سابق الإشارة إليه ، ص ٢٥ وانظر مقال KEREVER سابق الإشارة إليه ص ٥٩ حيث يؤكد الأخير خضوع البث صوب التابع الصناعي لحق المؤلف على أساس وجود حق غير مكتوب في اتفاقية برن وإن كان عالقاً في الأذعان وهو حق طرح المصنف للتداول (mise en circulation de l'oeuvre) فالهبة الإذاعية الأصلية هي التي قامت بتضمين البرنامج مصنفات محمية.

(٢) راجع الحجة الثانية في النظرية الأولى ص ١٤ .

النظرية المختارة : الرأى الذى نطمئن إليه هو الرأى السائد لدى النظرية الثانية ليس فقط لوجاهة حججه ، ولكن أيضا لقيامه على تفسير سليم للنصوص مؤيد بالمنطق والقانون .

مع ذلك ، فإن تأييدنا لها ليس مطلقاً ، فما ننضم إليهم فيه هو اعتبار البث إلى التابع ومنه بثاً إذاعياً عاصماً للحق الاستثنائى للمؤلف فى مجال الإذاعة ، على أساس أن وجود جمهور ليس ضرورياً للقول بوجود عملية إذاعة واقعة تحت سطوة الحق الأدبى والمالى للمؤلف ، فبدون لعب بالألفاظ هناك اختلاف جوهري بين إرسال يمكن التقاطه من الجمهور ولكن لم يستقبل ، وإرسال لا يمكن التقاطه من الجمهور على وجه الإطلاق<sup>(١)</sup> . فالإرسال الذى يتم فى صورة إشارات يمكن للجمهور التقاطه إذا كان لدى أفراد الأجهزة اللازمة لذلك . ونحفظنا على أصحاب النظرية الثانية يتلخص فى أن عمليتي الحقن والتوزيع غير منفصلتين فكل منهما تكمل الأخرى أو هما - كما قيل بحق - تولدان من رحم واحد . فلا ينفى الحقن عن التوزيع ، ولا ينفى التوزيع عن الحقن<sup>(٢)</sup> . لذلك ، أكد خبراء حق المؤلف فى اجتماعهم عام ١٩٨٦<sup>(٣)</sup> على أن التوزيع إذا تم بطريقة سلكية أو لاسلكية لا يعد استغلالاً جديداً للمصنف بل ثمينة له ليتلقاه الجمهور ، على أساس أن التوزيع ، أيا كانت طريقته ، هو مجرد مرحلة من مراحل البث الإذاعي<sup>(٤)</sup> فى ظل اتفاقيات برن وجنيف وروما وبروكسل<sup>(٥)</sup> .

(١) وقد سبق أن أشرنا إلى هذه الحجة فى الخامس رقم ٩٨ .

GAUDRAT, op. cit, p. 25, G.BOTHYA, op.cit, p. 75, Georges KOUMANTOS, (٢) Défis et promesses des mass media pour le droit d'auteur, Dr. Auteur 1981 p. 18, M-H LOUTFI, thèse, op. cit, p. 160 et KEREVER, op. cit, p.45.

وتقابل هذه الصفحة الصلحة رقم ١١٣ فى الترجمة العربية للرسالة.

(٣) أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه ، رقم ٨٢ ص ١٩٨:١٩٧ ورقم ١٠٨ ص ٢٠١ ورقم ١٣٣ ص ٢٠٧ وما بعدها

(٤) وهذا هو ما كان خبراء حق المؤلف قد قرروه فى لجنة عام ١٩٨٥ ، سابق الإشارة إليه ، ص ١٥٩ .

(٥) أعمال لجنة عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليها رقم ٨٢ ص ١٩٨:١٩٧ مع ذلك فإن القانون الأسبان الجديد للملكية الفكرية رقم ٢٢-٨٧ الصادر فى ١١ من نوفمبر/تشرين ثان عام ١٩٨٧ اعتمد أن الحقن والتوزيع عمليتان منفصلتان يمتنع أحدهما صراحة فى الاعتبار من المؤلف عند ترخيصه لهما : انظر فى A.DELGADO, La nueva ley española sobre propiedad intelectual, RIDA no.138 Octubre 1988 p.233.

ذلك المؤلف الأخير صراحة بقوله:

"Una cosa es que el concepto de emision comprenda el de produccion de seriales via satelite y otras cosa que la autorizacion para emitir lleve implicita la primera son dos operaciones distintas las que corresponden modalidades diversas del derecho de comunicacion, que deben ser tenidas en cuenta en la autorizacion mencionarse especificamente (art. 43. 1).

## البحوث

وهذا الذى قلناه ينسحب على التتابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر انسحابه على التتابع الصناعية للبث الإذاعى المباشر . بيد أن الأمر يقد بمخصوص التتابع الصناعية للبث الإذاعى غير المباشر ، والذى يمكن أن تظهر فيها ثلاث مراحل سابقة على وصول الإرسال إلى الجمهور وهى المراحل الآتية<sup>(١)</sup> :

المرحلة الأولى : مرحلة الرابطة الصاعدة<sup>(٢)</sup> وتكون من المحطة الأرضية للإذاعة إلى التابع الصناعى .

المرحلة الثانية: مرحلة الرابطة الهابطة<sup>(٣)</sup> وتكون من التابع الصناعى إلى المحطة الأرضية للمستقبل.

المرحلة الثالثة : مرحلة التوزيع إلى الجمهور وتكون من المحطة الأرضية المستقبلية إلى الجمهور أو إلى أية هيئة موزعة أخرى .

وهذه المراحل الثلاث لا يجب أن تشكل أيضاً مشكلة في سبيل رجل القانون ، فهى مراحل متكاملة تستهدف البث الإذاعى إلى الجمهور ، وتعد عملية إذاعة واحدة مثلها في ذلك مثل عملية الإذاعة المباشرة المكونة من مرحلتين وهما : الحلق والتوزيع .

وقد لاحظ خبراء حق المؤلف لدى اجتماعهم في باريس عام ١٩٨٦ ضرورة الأخذ بمعيار حاسم بشأن تواجد البث الإذاعى غير المباشر يميز بين عمليات البث التى تستدعى إعمال حقوق المؤلف وإعمال البث الذى لا تستدعى ذلك، ووجدوا في الهدف الأول للبث معياراً شاملاً . فإذا كان هدف البث للإشارات هو التوزيع العلنى، فالعملية تعد عملية إذاعة تستأهل إعمال حقوق المؤلف بشأنها ، أما إذا كان هذا الهدف لم يكن مبرحاً بداية عند بث الإشارات بل اتخذت الهيئة المستقبلية هذا القرار في وقت لاحق . لذلك ، فإن العملية لا تعد عملية إذاعة في مفهوم الملكية الفكرية . وينطبق هذا الحكم أيضاً من باب أولى إذا كان هدف بث الإشارات مقصوراً على التخزين ، ثم تم تقرير بثه إذاعياً إلى الجمهور في توقيت لاحق . فما يجعل من بث الإشارات بثاً إذاعياً في مفهوم تشريعات حق المؤلف ، هو استهداف الهيئة الخالقة للإرسال البث الإذاعى اللاحق للبرامج التى تحملها الإشارات . وهذا ما يتفق إذا كان غرض الحلق هو مجرد التخزين ، ثم ترك الأمر للهيئة المستقبلية للإشارات لتقرير البث الإذاعى إلى

(١) انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٦ ، السابق الإشارة إليها ، رقم ١٠٦ ص ٢٠١ وما بعدها.

(٢) وتسمى بالفرنسية *Liaison ascendante* أو *Trajet montant* ، وبالإنجليزية *The uplink stage*

(٣) وتسمى بالفرنسية *Liaison descendante* أو *Trajet descendant* ، وبالإنجليزية *The down link stage*



## البحوث

الجمهور من عدمه - ولو كانت هذه التراجع أنتجت بداية ليتم بثها إذاعياً - فقررت البث بالفعل .  
فالهدف الأول لم يكن البث إلى الجمهور<sup>(١)</sup>.

وعلى أية حال ، فإن علانية الإذاعة عبر التتابع الصناعية غير المباشرة تستشف من هدف بث الإشارات عند إجراء عملية الحقن ، هل هو التوزيع على الجمهور أم غير ذلك؟ فيعد البث إذاعياً إذا كان الهدف من الحقن هو مجرد التخزين أو كان اتخاذ هذا القرار غير معروف بداية ولكنه ترك ملك يمين الهيئة المستقبلية، فقررت البث الإذاعي إلى الجمهور.

## المبحث الثالث

### الجهة المسؤولة عن دفع حقوق المؤلف

يثار الخلاف مرة أخرى بشأن تحديد الجهة المسؤولة عن دفع حقوق المؤلف ، هل هي محطة الإذاعة الأصلية ؟ أم الجهة المسؤولة عن التابع الصناعي غير المباشر ؟ أم الجهة القائمة بتوزيع الإرسال على الجمهور؟ وتتغير صيغة هذا السؤال بالنسبة للتتابع الصناعية المباشرة ، فتقتصر على الخيارين الأولين وهما : جهة الإذاعة الأصلية ، والجهة المسؤولة عن التابع الصناعي غير المباشر .

نبدأ بالإجابة عن هذا السؤال بالنسبة للتتابع الصناعية المباشرة لعدم وجود مشاكل فقهية بشأنها ، ثم نجيب عن التساؤل التالي الخاص بالجهة المسؤولة عن دفع حقوق المؤلف عند البث الإذاعي عبر التتابع الصناعية غير المباشرة؟

وقبل أن نشرع في الإجابة عن ذلك التساؤل، يتعين علينا أن نستبعد بداية الجهة المستفلة للتابع الصناعي من مجال البحث ، على أساس أن التابع الصناعي : إما أن يكون مملوكاً لجهة الإذاعة الأصلية أو هيئة التوزيع ، أو تحت يد مؤجر يضع التابع تحت تصرف المستأجر نظير أجرة معينة .

---

(١) أكد الخبراء أن هذا التحديد مقصور على مجال الملكية الفكرية ولا ينصرف إلى أية مجالات أخرى للقانون الدولي: انظر أعمال لجنة عام ١٩٨٩، السابق الإشارة إليه، رقم ١٠٦ ص ٢٠١ . وهذا ما يؤكد عليه الأستاذ/ صالح عبادة المدير العام للمكتب الجزائري لحقوق المؤلف في بحثه باللغة الفرنسية المقدم إلى الندوة الإقليمية التي عقدت في القاهرة في الفترة ما بين ١٦-١٨ مايو/أيار عام ١٩٨٩ بناء على دعوة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية لدراسة تأثير التكنولوجيا الحديثة على قوانين الملكية الفكرية (OMPI/FT/CA/89/11 Document) الممنون به:-

## أولاً : الجهة المسئولة عن البث الإذاعي بالتوازي الصناعية المباشرة :

يسنقد الرأي<sup>(١)</sup> على جعل هيئة الإذاعة الأصلية مسئولة في مواجهة المؤلف عن احترام حقوق المؤلف الناشئة عن تضمين مصنفاته إرسالها المباشر الموجة إلى الجمهور. ويستند هذا الرأي المنطقي إلى أن هذه الهيئة وحدها هي صاحبة قرار البث الإذاعي<sup>(٢)</sup>.

وبديهي ، أن قيام جهة ثانية باستقبال هذا الإرسال ثم إعادة بثه سلكياً أو لاسلكياً ، لا يحل هيئة الإذاعة الأصلية من مسئوليتها قبل المؤلف ، بل تظل هذه الأخيرة ملتزمة بما قامت به من بث إذاعي مباشر ، وينشأ للمؤلف حق في جعل مالى جديد نظير عملية إعادة استغلال مصنفه بعملية بث إذاعي جديدة . ولا ينشأ هذا الحق له في ذمة هيئة الإذاعة الأصلية ، بل في ذمة الهيئة الجديدة التي قامت

(١) انظر تقرير لجنة عام ١٩٨٥ ، السابق الإشارة إليه ، رقم ٥/١٢ ص ١٥٩ ورقم ٢٦ ص ١٦١ ، وأعمال لجنة عام ١٩٨٦ ، السابق الإشارة إليها ، ص ١٩٨ وهو كذلك رأى COLOMBET (المرجع السابق رقم ٢٠٣ بالنسبة للقانون الفرنسي الحالي لحق المؤلف وهذا هو الرأي أيضا بالنسبة للاتفاقيات الدولية الحالية: FABIANI للمقال السابق ، ص ١٨ و ٩١ DILLENZ للمقال السابق ، ص ٣٢٥ و ٣٤٦ / وشقرون ، البحث السابق ص ١٣ وعبادة البحث السابق ، ص ٢٣ وكذلك :

Herman COHEN JEHO RAM, Legal issues of satellite television in Europe October 1984 no. 122 p. 147 et s

ويرى سيادته أن هذه النتيجة منطقية بالقياس على حالة البث الإذاعي التقليدي ويلاحظ أن الخلاف بين الحالتين هو في اتساع دائرة الجمهور في الحالة الأولى واستحقاق المؤلف لجعل مالى أكثر ارتفاعا .  
(٢) وقد ورد هذا الرأي صراحة في تقرير المقررة العامة للمؤتمر الدبلوماسي الذي صدرت في نهايته اتفاقية بروكسل المعروفة باسم اتفاقية التوازي الصناعية ، فأشارت السيدة Barbara RINGER في تقريرها إلى أن اقتراحاً مشتركاً قدم من وفد ألمانيا الاتحادية وأستراليا إلى المؤتمر بفرض إضافة فقرة جديدة للاتفاقية مفادها مسئولية هيئة الإذاعة الأصلية عن حقوق المؤلفين والمذيعين ومتنحي الفونوجرام في حالة البث الإذاعي عو التوازي الصناعية المباشرة ، وأن هذا الاقتراح قد سحب بعد افتتاح الوفدين بوجهة نظر المؤتمر المتشكلة في استبعاد هذه التوازي الصناعية من نطاق الاتفاقية . بيد أن هذين الوفدين أصرا على تضمين هذا الرأي التقرير العام للمؤتمر فور فيه "كان من الواضح للخواء المحركين المجتمعين في باريس عام ١٩٧٢ وفي ليرب عام ١٩٧٣ أنه عندما يستعمل تابع صناعي في توزيع الإشارات حاملة البرامج الصادرة مباشرة من التابع الصناعي ، فإن الهيئة الأصلية هي التي تعتبر - ولو لم ينص في الاتفاقية على ذلك - مسئولة عن التوزيع في مواجهة المؤلفين والمذيعين والمتنحي الفونوجرام دون أن ينال من ذلك أن التوزيع قد تم في الفضاء بعيداً عن نطاق تطبيق كل التشريعات الوطنية " وأكد أعضاء هذين الوفدين بأن استجابتهم لهذا الاقتراح لا تعد تحلياً عن هذا الرأي الجماعي وإنما امتثالاً لوجهة نظر المؤتمر في هذا الشأن : انظر التقرير العام لهذا المؤتمر: Auteurs, Droit, 1974, p. 294 no. 115) وانظر في تأكيد أهمية هذا الرأي الذي لم يجد لنصوص الاتفاقية سيلاً مقال DILLENZ سابق الإشارة إليه ص ٣٥٢ .

## البحوث

بإعادة البث . كما تلتزم كل جهة في حدود العملية التي قامت بها باحترام الحقوق الأدبية للمؤلف المعني  
احترامها لحقوقه المالية.

ونستوّه بأن ما قلّصناه من أحكام ينطبق على البث الإذاعي عبر التوايغ الصناعية غير المباشرة ذات  
نطاق الخدمة المحدد ، والتي يستقبلها الجمهور عبر أجهزة استقبال خاصة دون مرور بمحطة أرضية<sup>(١)</sup>.

ثانياً: الجهة المستولة عن البث الإذاعي بالتوايغ الصناعية غير المباشرة :

تثور هنا المشكلة بشكل أكثر تعقيداً لتعدد الجهات المهيمنة على المراحل السابقة على وصول البث  
الإذاعي إلى الجمهور ، فنجد هيئة الإذاعة الأصلية (أى الهيئة الحاققة) وهيئة التوزيع (أى الهيئة الموزعة)،  
وهنا نتساءل: أيهما تلتزم في مواجهة المؤلف باحترام حقوقه الأدبية والمالية ؟

ومن الطبيعي ، أن ينقسم الرأى بين فريقين : أولهما يعتبر هيئة الإذاعة الأصلية وحدها مستولة عن  
اتخاذ قرار البث ، وثانيهما يرى في الهيئة الموزعة للإرسال المسؤولة الوحيدة عن إتمام عملية الإذاعة ،  
على أساس أن البعض يرى في عملية البث الأولى بثاً إذاعياً خاضعاً لحق المؤلف، والبعض الآخر يرى أن  
هذا التكييف الأخير يقتصر على عملية التوزيع التي يوجد الجمهور في نهايتها . ونحن لن نعود هنا  
لمناقشة حجج كل فريق، فقد حسّنا المشكلة لصالح الرأى القائل : بتكامل عملية بث الإشارات  
وتوزيع الإرسال ، واعتبرناهما مرحلتين في عملية إذاعة واحدة . لذا ، فإن السؤال المطروح يتعلق  
بالمسؤول عن هذه العملية: هل هو الحاقق أم الموزع ؟

يذهب البعض<sup>(٢)</sup> إلى مسؤولية هيئة الإذاعة الأصلية أى الهيئة الحاققة باعتبارها صاحبة قرار البث .  
ويؤكد أن أسباباً قوية تبرر هذا الرأى لاسيما وأن المؤلف لا يملك حقاً مالياً على بث مصنفاته فحسب،  
بل يتمتع بحق أدبي يحولّه الترخيص ، أو عدم الترخيص بالقيام بهذا البث، ويضرب مثلاً بالحالة التي  
لا تكون فيها الهيئة هيئة إذاعية في حد ذاتها ، بل مجرد وسيط يلتزم بإعداد عدة محطات أرضية للتوزيع  
بالبرامج عبر التوايغ الصناعية توطئة لقيام كل محطة توزيع ببث هذه البرامج إلى عملائها، ثم يقوم هؤلاء  
العملاء بإعادة بث هذه البرامج بطريقة سلكية إلى الجمهور. وهنا لا يجد حلاً سوى عقد مسؤولية الهيئة  
الأصلية استناداً إلى المفهوم الحديث للإذاعة الذى يعتبر البث صوب التوايغ الصناعية بثاً إذاعياً خاضعاً  
لحق المؤلف .

(١) انظر تقرير أعمال لجنة عام ١٩٨٦ سابق الإشارة إليه ص ١٩٨ .

(٢) COHIN JEHORAM, op cit, pp. 165-167 et SZILGYI, op.cit. p. 163.

## البحوث

ويذهب غالبية أهل الفقه إلى القول بمسؤولية الهيئة الأصلية الخافقة والهيئة المستقبلية الموزعة في آن واحد: فيرون أن الهيئة الأصلية مسؤولة احتياطياً إلى حوار الهيئة الموزعة<sup>(١)</sup> على سبيل التضامن<sup>(٢)</sup> أو التضام<sup>(٣)</sup>. واكتفى خبراء حق المؤلف بالقول بأنهما يسألان معا عن سداد حقوق المؤلف<sup>(٤)</sup> وأن العمل جرى على أن تقوم الهيئة الموزعة بسداد حقوق المؤلف العالمية، وإن كان يحدث أحياناً أن تقوم الهيئة الأصلية بالسداد. ولم ير الخبراء انطباق هذا الرأي على المرحلة النهائية السابقة على الإذاعة وهي مرحلة التوزيع. فقصروا مسؤولية الهيئة الموزعة عند الرجوع إليها على المرحلة التي قامت بها وهي مرحلة التوزيع فقط<sup>(٥)</sup>. واستند الخبراء في ذلك إلى ضرورة مراعاة نية كل طرف: فالهيئة الخافقة تنوي الحقن والتوزيع اللاحق، أما الهيئة الموزعة فليس في نيتها سوى التوزيع فحسب؟

ويبدو أن هذه الأفكار جميعاً لم تكن بعيدة عن ذهن المشرع الفرنسي عند وضعه المادة ٣/٤٥ من قسانون عام ١٩٥٧ للعدل عام ١٩٨٥، فيبد أن أكد أن ترخيص المؤلف بالث الإذاعي لمصنعه عبر المرحجات المرتزلة لا يشمل بثها تجاه التوزيع الصناعية غير المباشرة، جعل هيئة الإذاعة الأصلية (الهيئة الخافقة) مسؤولة عن العملية كلها في مواجهة المؤلف، ما لم يوجد اتفاق بينها وبين الهيئة الموزعة على القيام بالتوزيع. فإذا وجد هذا الاتفاق التزمت الهيئة الموزعة بسداد حقوق المؤلف. ويرمى هذا الحل<sup>(٦)</sup> إلى ضمان حصول المؤلف على حقه المالي إذا لم يوجد عقد توزيع للبرامج، كذلك يضمن هذا الحل عدم جمع المؤلف بين حقين ماليين عن عملية واحدة وهي عملية الإذاعة، فلا يكون بوسع المؤلف

(١) انظر في المسؤولية الاحتياطية:

MASOUE article op. cit. p. 29: Responsabilité Subsidaire.

(٢) انظر ن قيام هذه المسؤولية التضامنية: Responsabilité Solidaire ULMER, op. cit. p. 37: المستشار KEREVER يحق على هذا الرأي على أساس أن دين حق المؤلف في هذا المقام غير محدد وأن هذا الرأي لا يحل المشكلة بين المدينين بل يسهل علاقه الدائن بمدينه فحسب (انظر مقاله السابق ص ٤٣).

(٣) انظر في قيام هذه المسؤولية على التضامن

(GAUDRAT, op. cit., pp. 29: 30) Responsabilité In Solidum.

(٤) وتسمى بالفرنسية: Responsabilité Conjointe أعمال مؤتمر عام ١٩٨٦ السابق الإشارة إليه رقم ١٠٩ ص ٢٠١. وهذا الرأي تحرب أصحابه من بيان أساسه القانون هل هو التضامن أو التضام؟ ولعل هذا التهرب مرده إلى أسرير وما الحرض على ترك المجال أمام كل دولة لاختيار الأساس الذي تراه مناسباً والاكتفاء بحل مشكلة المؤلف بحمله دائماً لمجتعيرين وترك الحرية له في اختيار الرجوع على أيهما.

(٥) مبدأ رقم ١٦: أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، ص ٢٠٢.

(٦) أعمال لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليها، ص ٢٠٢.

## البحوث

الرجوع على هيئة الإذاعة الأصلية عند وجود عقد توزيع مع هيئة موزعة<sup>(١)</sup>، على أساس أن هذه الهيئة الأخيرة<sup>(٢)</sup> وحدها مسؤولة عن دفع حقوق المؤلف.

على أية حال ، فإننا نرى في التزام كل من هيئة الإذاعة و هيئة الحقن بسداد حقوق المؤلف على وجه التضامن فيما بينهما حلاً مقبولاً من الناحيتين : القانونية<sup>(٣)</sup> والعملية<sup>(٤)</sup> نظراً لوحدة عملية الإذاعة وتضمنها مرحلتين وهما : البث إلى التابع ، والنقل إلى الجمهور ، أو بعبارة أيسر الحقن والتوزيع . ويحقق هذا الحل الأمان للمؤلف<sup>(٥)</sup> . ويسمح لنا هذا الحل بتقرير مسؤولية إحدى الهيئتين دون الأخرى حال كون الهيئة المسؤولة واقعة في دولة لا تحمي حق المؤلف أو تمنحه حماية محدودة. فيضمن المؤلف بذلك الحصول على حقوقه المالية ، ويفرض احترام حقوقه الأدبية دون مشقة . وبدهي أن له في سبيل ذلك أن يلجأ إلى الحجز على ممتلكات أى من الهيئتين في أية دولة من الدول المستقبلية للإرسال حتى يقتضى ما له من حقوق. كذلك، فإن توقيع هذا الحجز على أموال الهيئة المعلقة طالبة الإرسال المتضمن "مصنفات محمية" ثم بثها لما بالمخالفة لحقوق المؤلف هو أمر منطقي لا يتعارض مع مبادئ القانون<sup>(٦)</sup>.

(١) انظر في ذلك COLOMBET المرجع السابق، رقم ٢٠٣ ص ٢١٠ . وانظر في أصل هذا الحل التشريعي مقال KEREVER سابق الإشارة إليه، ص ٦٣ .

(٢) فإذا انتهينا إلى التزام جهة معينة بسداد حقوق المؤلف المالية كانت ملتزمة أيضا باحترام حقوقه الأدبية.

(٣) من المعروف أن التضامن مفترض في مجال المسؤولية التقصيرية ولا يجوز الاتفاق على عكسها: انظر في تفصيل ذلك الدكتور عبد الرزاق أحمد السنهوري، شرح التفتين المدن الجديد: الجزء الثالث من المجلد الأول طبعة عام ١٩٨٣ المنقحة من الدكتور عبد الباسط جيمى والمستشار مصطفى الفقى، الناشر دار النهضة العربية رقم ١٧١ ص ٣١١ .

(٤) وقد سبق لنا أن نادينا بهذا الرأي عام ١٩٨٣ في رسالتنا سابق الإشارة إليها: ص ١٦٠ من الأصل الفرنسى وص ١١٤ من الطبعة العربية .

(٥) ومن الطبيعي الاحتفاء في وجود قواعد أخلاقية تحكم التعامل بين هيئة الحقن والتوزيع تجعل رجوع أيهما على الآخرى أمراً ليس بالعسير ولا سيما بفضل الإدارات القانونية النشطة لهذه الهيئات المالية مالياً: انظر في هذا المعنى:

GAUDRAT'op. cit' pp 29 : 30.

(٦) أعمال لجنة مؤتمر عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، رقم ٥٤ ص ٢٠١ .

## البحث الرابع القانون الواجب التطبيق على بث البرامج عبر التوايح الصناعية

ننصرف هنا إلى البحث عن القانون الواجب التطبيق على بث البرامج عبر التوايح الصناعية عند وجود الهيئات المعنية في عدة دول عتلفة . فإذا كنا قد انتهينا إلى مسؤولية هيئة الإذاعة الأصلية عن البث الإذاعي المباشر ، ومسؤولية هيئة الإذاعة الأصلية والموزعة للإرسال عن البث الإذاعي غير المباشر، فليس معنى هذا أننا حسمنا مشكلة القانون الواجب التطبيق لعدم وجود ارتباط بين المسألتين<sup>(١)</sup> .

بداية، ننوه بأن الفقه يستبعد اتفاقية الفضاء الموقعة عام ١٩٦٧ من نطاق الدراسة . فعلى الرغم من أن هذه الاتفاقية تستلزم تسجيل كل تابع صناعي باسم دولة معينة تحفظه في ظل فضائها مما قد يوحي بأن قانون البلد التابع لها التابع الصناعي هو الواجب التطبيق، فإن الرأي منعقد على أن هدف هذه الاتفاقية هو تحديد المسؤولية المترتبة على الأضرار التي يسببها التابع الصناعي فحسب<sup>(٢)</sup> .

وبالرجوع إلى القواعد العامة في مجال القانون الدولي الخاص نجد أن مجمع القانون الدولي قد قرر في اجتماعه في Edimbourg عام ١٩٦٧ أن القانون الواجب التطبيق هو قانون المكان الذي يرتبط به مركز العلاقة ارتباطاً وثيقاً ، بالنظر إلى كل الأفعال التي تربط الجرم بمكان معين منذ بدء العمل الإجرامي حتى تحقق الضرر<sup>(٣)</sup> وهذا القرار هو الذي قد يقودنا إلى نتيجة موداها ضرورة أخذ كل القوانين المرشحة للتطبيق في الاعتبار . وهنا تتساءل : هل تتفق هذه النتيجة مع المنطق الذي يحكم عمليات البث الإذاعي عبر التوايح الصناعية؟

وتقتضى الإجابة عن هذا التساؤل التفرقة بين بث البرامج عبر التوايح الصناعية غير المباشرة وبثها عبر التوايح الصناعية المباشرة على النحو الآتي:

(١) FABIANI, op. cit., p. 24.

(٢) GAUDRAT, op. cit., pp. 39-40 et KEREVER, op. cit., p. 41.

(٣) ٢٧ من يناير/كانون ثان سنة ١٩٦٧ ودخلت حيز النفاذ في العاشر من شهر أكتوبر/نشرين أول عام ١٩٦٧: انظر

النص الكامل للاتفاقية: MATTE, op. cit., pp. 217: 221.

(٣) قرار مشار إليه لدى FABIANI المقال السابق من ٢٤.

أولاً: القانون الواجب التطبيق على البث الإذاعي غير المباشر<sup>(١)</sup>:

يتنازع حكم عمليات البث الإذاعي غير المباشر عدة قوانين هي : قانون بلد البث إلى التابع الصناعي ( بلد الحاقن ) وقانون ( أو قوانين ) البلد ( أو البلاد ) للمستفيد (أو المستفيدة) من توزيع الإرسال (أى البلد أو البلاد المستقبلية). وهنا تتساءل مرة أخرى: أى هذه القوانين يحكم المسألة؟ أوصى خبراء حق المؤلف لدى اجتماعهم في باريس عام ١٩٨٦ بالأخذ بنظرية بوجش<sup>(٢)</sup> وتبين مبدأين وهما:

المبدأ الأول: اعتبار البث الإذاعي واقعا في نفس الوقت في بلد إرسال الإشارات (أى بلد الهيئة الحاقنة) والبلد أو البلاد التى تغطيها المحطة الموزعة<sup>(٣)</sup>.

المبدأ الثاني: التطبيق الجامع لقانون بلد إرسال الإشارات (الحقن) وقانون (أو قوانين البلد (أو البلاد) الموجه إليها الإرسال (الاستقبال)<sup>(٤)</sup>.

وفرق الخبراء بين فرضين عمليين وهما:

الفرض الأول: اختيار أصحاب الحقوق الرجوع بحقوقهم على الهيئة الموزعة للوائح من خلال المحطة الأرضية المستقبلية للإشارات، فيكون القانون الواجب التطبيق هو قانون البلد الواقعة فيها المحطة الأرضية المستقبلية .

الفرض الثانى : اختيار أصحاب الحقوق الرجوع بحقوقهم على الهيئة القائمة بالبث صوب التابع الصناعى (الهيئة الحاقنة)، فيكون القانون الواجب التطبيق هو القانون الأفضل لهم من حيث نط الحماية ودرجتها . فلا يطبق قانون البلد الواقعة فيه هيئة "الحقن" إلا إذا تمخدت أحكامه أو تفوقت على أحكام قانون البلد الواقعة فيه المحطة الأرضية المستقبلية من حيث نط ودرجة الحماية . ول غير هاتين الحالتين يكون قانون البلد الواقعة فيه المحطة الأرضية المستقبلية وحده واجب التطبيق . ومثال العنصر المرجع

(١) يلاحظ أن توابس البث الإذاعي غير المباشر ذات نطاق الخدمة المحدد تطبق عليها أحكام التتابع الصناعية للبث الإذاعي المباشر كما سبق القول: مبدأ رقم ١٩ (أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، ص ٢٠٢) .

(٢) انظر سابقا هامش رقم ١٥ .

(٣) مبدأ رقم ١٧ (أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها ص ٢٠٢) .

(٤) مبدأ رقم ١٨ (أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها ص ٢٠٢) .

## البحوث

للقانون الأخير هو أن يكون قانون بلد الميفة "الحاققة" متضمنا رخصة غير إرادية، إجبارية أو قانونية<sup>(١)</sup>، تعد من السلطة التقديرية للمؤلف في الترخيص باستغلال مصنفاته نظير الجعل المادى الذى يراه مناسباً . فمثل هذه الرخصة تنال من نط ودرجة الحماية، كما أن مجرد تضمن تشريع بلد الاستقبال لها يجعل القول بتطبيق هذا التشريع مخالفاً لقاعدة إقليمية الرخص الواردة في المادة ١١ ثانياً/٢ من صياغة باريس لاتفاقية برن<sup>(٢)</sup>.

وبالاحظ أن إعمال أحد قوانين بلد من بلاد الاستقبال مقتضاه : أن يكون هناك إرسال حقيقى ومعتبر في هذا البلد، أما إذا كان الإرسال هناك محمولا فإن اعتبارات العدالة تستوجب إهدار قانون هذا البلد حتى لا يتدخل في حكم علاقة دوره فيها ضئيل<sup>(٣)</sup> . وهذا هو الوضع عادة بالنسبة للبث الإذاعى غير المرغوب فيه من محطة التوزيع والذى يتم لأسباب تقنية ليس بالوسع تفاديها<sup>(٤)</sup> فمثل هذا النوع من البث الإذاعى ليس مقصوداً وصوله إلى المكان المستقبل له ، وإن كان يعد نتيجة حتمية للبث الإذاعى في الفضاء . ولئس من المنطقي أن يكون مجرد الالتقاط العارض لبلد معين للإرسال سبباً في دفعول قانونه ضمن القوانين الحاكمة لهذا الإرسال ا

(١) يقصد بنظام الرخص غير الإرادية الرخص الإجبارة (بالإنجليزية Compulsory license وبالفرنسية Licence obligatoire) والرخص القانونية (بالإنجليزية Statutory license وبالفرنسية Licence légale) ويمكن تعريف الرخص الإجبارة بأنها إذن من نوع خاص غالبا ما تمنحه السلطات المختصة أو يتم منحه عن طريق منظمات المؤلفين بشروط محددة مقابل استعمال المصنفات لأغراض معينة [معجم مصطلحات حق المؤلف والحقوق المشابهة، سابق الإشارة إليه، رقم ٥٠ ص ٥٠] أما الرخص القانونية فهي تصريح بمنح قانونا لاستعمال مصنف محمى بموجب هذا المؤلف بطريقة محددة وبشروط معينة ومقابل دفع جمالة المؤلفين (انظر رقم ٢٤٣ ص ٢٤٨ من المعجم نفسه) ونسجل هنا اعتراضنا على الصياغة العربية الرديئة، بل والمبسوطة في بعض الأحيان، للتعريفات العربية الواردة في هذا المعجم .

(٢) ويشير البعض إلى مشكلة تخور إذا كانت دولة إرسال الإشارات تدفع جملاً مالياً منخفضاً بالنظر إلى دولة الاستقبال، ويؤكد على أن تطبيق القانون الأول فيه ترجيح لكفة هيئات الإذاعة في بلد الإرسال في مناسبتها مع الهيئات المرجودة في بلاد تدفع مقابلا أعلى علاوة على ما في هذا التطبيق من أضرار بالمستقبل الاقتصادى للمصنف .

(٣) هذا هو ما يعر عنه باللفة الفرنسية بـ *Principe de minimis*: انظر تقرير لجنة عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٤/١٢ ص ٥٩ وكذلك أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها، رقم ١٠٠ ص ٢٠٠ .

(٤) وتسمى هذه التجاوزات التقنية لدائرة الاستقبال بالفرنسية *Debordements* وبالإنجليزية *Over Spill* انظر تقرير عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٣٧ ص ١٦٣ وأعمال مؤتمر عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليها رقم ٥٨ ص ٣ وكذلك مقال NABHAN، سابق الإشارة إليه، ص ٥٥ .



## البحوث

### ثانيا : القانون الواجب التطبيق على البث الإذاعي المباشر :

يتسازع حكم عمليات البث الإذاعي المباشر قانونان وهما: قانون بلد بث الإشارات إلى التابع ، وقانون أو قوانين البلد أو البلاد المستقبلة للإرسال .

أوصى خبراء حق المؤلف باتباع نظرية بوجش أيضا في هذا الشأن، بمعنى إخضاع كل عملية من عمليات البث الإذاعي المباشر لقاعدة التطبيق الجامع لقانون بلد الإرسال ، وقانون أو قوانين بلد أو بلاد الاستقبال<sup>(١)</sup> لأن الإرسال يعد واقعاً في بلد بث الإشارات ، وبلد استقبال الإرسال في آن واحد<sup>(٢)</sup>.

وقد انتعشت الدعوة إلى تطبيق هذه النظرية مؤخراً في عام ٢٠٠٠ بعد الفشل في الاتفاق على قاعدة واجبة التطبيق في مجال تنازع القوانين في هذا الشأن<sup>(٣)</sup>.

ويستند هذا المنطق إلى حجة مفادها : ضرورة احترام حق التوزيع المكفول للمؤلف تقدير أعماله زمانياً ومكانياً، فليس من المقبول إغفال هذا الحق الأدبي الذي قد يدفع المؤلف إلى استخدامه النيل من المستقبل التجاري لمصنفه . فقد يقدر المؤلف عدم إجراء بث إذاعي مباشر عبر التتابع الصناعية في بلد معين لاعتقاده أن مصلحته المالية لن تكون في غير البلد المعرض العام في دور السينما أو المسارح على جمهورها<sup>(٤)</sup>. أو في حجب المضمون الفكري لمصنفه محل الإرسال عن بلد معين يعتقد في أن استقباله له سيعد غير مرغوب فيه سياسياً على سبيل المثال . وكما قد يتوافر لهذا المانع الأخير لدى المؤلف قد يتوافر أيضاً لدى الدولة المستهدفة بالاستقبال<sup>(٥)</sup>.

ويلاحظ أنه إذا كانت القوانين المرشحة لحكم النزاع لا تعطي كلها النمط والدرجة نفسها من الحماية لأصحاب الحقوق، فلابد من تطبيق القانون الأفضل لهم من حيث غط الحماية ودرجتها . وهذا الحل يستهدف تحقيق صالح المؤلفين . ولا شك في أن القول بغير ذلك فيه انتقاص أو اعتداء على حق المؤلف بدون مسوغ قانوني<sup>(٦)</sup>.

(١) مبدأ رقم ١٤: أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليه، ١٩٨ .

(٢) مبدأ رقم ١٣: أعمال لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليه، ١٩٨ .

(٣) مكين ، للرجوع السابق ، ص ٢٢٦ .

(٤) تقرير عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٣١ ص ١٦٢ .

(٥) تقرير عام ١٩٨٥، سابق الإشارة إليه، رقم ٢٨ ص ١٦١ .

(٦) تقرير لجنة عام ١٩٨٦، سابق الإشارة إليه، رقم ٩٢ ص ١٩٩ وقد أيد الأستاذ DIETZ هذه النتيجة في دراسته

السابق الإشارة إليها، رقم ٢٨ وما بعدها ص ١٥ وما بعدها .

## البحوث

ونحن من جانبنا نؤيد فكرة التطبيق الجامع للتشريعات المعنية بعملية البث الإذاعي عبر التتابع الصناعية ، احتراماً للرأى الذى ارتضيناه وهو اعتبار عملية بث الإشارات (الحقن) وبث الإرسال (التوزيع) عمليتين مرتبطتين تولدان من رحم واحد وهو رحم عملية الإذاعة . فتشريعات حق المؤلف تخول له حقوقاً أدبية ومالية على كل عملية استغلال لمصنفاته . ومقتضى ذلك حتمية الرجوع إلى تشريع كل دولة معنية بعملية الاستغلال - أى عملية الإذاعة - عند تحديد نطاق الحقوق المطالب بها ومضمونها .

مع ذلك ، فنحن لا نقنع بالرأى الذى قال به البعض لجعل قانون بلد بث الإشارات (الحقن) وحده مختصاً بحكم عملية البث الإذاعي عبر التتابع الصناعية ؛ لأن هذا الرأى يصح عن حل مشكلة بث الإشارات من بلاد لا تحمى حقوق المؤلف أو من منطقة مياه دولية غير خاضعة للسيادة الإقليمية للدولة بعينها<sup>(١)</sup> . فليس معنى عقد مسئولية هيئة الإذاعة الأصلية القائمة بالحقن أن قانونها هو الذى يطبق كما سبق القول<sup>(٢)</sup> ، بل لابد من مراعاة تشريعات الدول المعنية جميعاً وتطبيق أفضلها على المؤلف المعنى .

وقد يكون لأصحاب الرأى المعارض بعض الحق في القول<sup>(٣)</sup> بأن البث الإذاعي المباشر عبر التتابع الصناعية لا يستوى مع نشر الكتب من حيث التزام القارئ به باستصدار ترخيص من كل دولة معنية بالنشر ، فقد يبدو أن الحق في جانبهم عندما يقولون بأن رفض دولة معنية بإصدار الترخيص بنشر الكتاب داخلها لن يترتب عليه سوى عدم نشر الكتاب فيها ، في حين إنه إذا تعلق الأمر ببث إذاعي مباشر فإن رفض دولة معنية لإصداره سيترتب عليه عدم بثه إذاعياً إلى أية دولة على الإطلاق .

على أية حال ، فإن صحة هذا القول غير ثابتة ، لأن مسألة إصدار الترخيص أو عدم إصداره مسألة تقديرية ، ليس في الوسع مناقشة المؤلف فيها ، لاسيما وأن سبب الرفض لن يكون الحرمان التعسفي

---

(١) تقرير لجنة عام ١٩٨٥ رقم ١٧ ص ١٠٩ . كما إن القول بأن جعل الاختصاص لقانون بلد غير بلد البث الإذاعي الأصلي يجعل للمدى مختار القانون الأصلح له (FREEGARD, op. cit, p. 24) غير صحيح لأننا انتهينا إلى تطبيق القانون الأفضل للمؤلف في هذه الحالة . انظر أيضاً في عيوب ترك الحبل على الغارب للأفراد لتعير القانون الأضعف حماية لحقوق المؤلفين وتطبيقه على عملية الإذاعة: دراسة DIETZ سابق الإشارة إليها ، رقم ٤٠ ص ٢٠ . ويطلق سيادته على عملية الاختيار هذه عملية التسوق " مشبها القوانين المعنية بالسلع في المحال التجارية (تسمى هذه العملية بالإنجليزية Country shopping) .

(٢) انظر هامش رقم ٩٩ .

(٣) تقرير لجنة عام ١٩٨٥ رقم ٢٩ ص ١٦٢ وما بعدها .

لمنطقة معينة من استقبال مصنفه ؛ لأن حياة المؤلف في انتشار مصنفاته . والأمر الغالب ، أن يكون السرفس مرده الحرص على المستقبل الاقتصادي للمصنف فلا يرخص بيته غير التوابع الصناعية قبل أن يعرض على الجمهور العريض في المسارح أو في دور العرض . أضف إلى ذلك ، أن هذا الرخص لا تنفرد به وسيلة البث الإذاعي غير التوابع الصناعية وإنما ينطبق على سائر صور الاستغلال . فهل يمكن أن نناقش هذا الحق التقديرى للمؤلف بغير لجوء إلى وسيلة استثنائية وهى الرخص بنوعيتها : الإجبارى والقانونى ؟

الرأى الحق فيما نرى ، يكمن في احترام حقوق المؤلف وسلطته التقديرية المستمدة من هذه الحقوق في تقدير نشر مصنفه من عدم نشره<sup>(١)</sup>، والاستعانة بالإدارة الجماعية لحقوق المؤلف<sup>(٢)</sup> للتغلب على المشكلات المترتبة على الصعوبات العملية التي قد تعترض عملية استصدار ترخيص جماعى شامل لكل السدول المعنية السق يغطيها الإرسال ، وذلك على غرار هيئات تحصيل حقوق الأداء العلنى والطبع الميكانيكى لمصنفات أعضائها<sup>(٣)</sup>، ولن يغنى هذا الترخيص بأى حال من الأحوال عن ضرورة احترام حق المؤلف في حظر بث مصنفاته في دولة معينة إذا تراءى له ذلك، وكان ما يراه خالياً من شبهة التعسف . وحتى يتم ذلك يجب استصدار ترخيص بالإذاعة من كل دولة معينة بعملية البث والاستقبال بالرغم مما في ذلك من مشقة على طالب التراخيص ؛ لأن احترام القانون واجب مهما كان الثمن وفقاً للقاعدة الرومانية الشهيرة القائلة : بأن قسوة القانون لا تمنع من وجوب إعماله (قاعدة lex, Dura lex sed

يبقى لنا تساؤل آخر ، يتعلق بمعيار تحديد منطقة الاستقبال الواجب سداد حقوق المؤلف عنها ؟

(١) فإذا كان المصنف عمياً في دولة وغير عمى في دولة أخرى مستقبلة للبث الإذاعي التوابع الصناعية لزم الحصول على إذن المؤلف ، كما أن تلوين الأقلام السينمائية القديمة إذا كان ممداً في إحدى دول الاستقبال ماساً بالحقوق الأدبية لأصحاب الفيلم السينمائي نظراً لتطلفه بالتراث السينمائي الذى يتيمن تركه أبيض وأسود كما أراد له أصحابه بداية ، فيتمتع بثه غير التوابع الصناعية: انظر في ذلك DIETZ، الدراسة السابقة، رقم ٣٦ ص ١٨ .

(٢) انظر في هذا الموضوع ، رسالتنا سابقة الذكر (الباب الثانى) .

(٣) انظر في جدوى الإدارة الجماعية : تقرير لجنة عام ١٩٨٦، السابق الإشارة إليه رقم ٩٦ ص ١٩٩ وهذا ما أبداه FREEGARD في مقاله السابق ص 129 وكذلك DILLENZ، المقال السابق، ص ٢٤٩ وأخيراً DIETZ، الدراسة السابقة رقم ٣٨ ص ١٩ .

## المبحث الخامس

### معيار تعديد منطقة الاستقبال الواجب سداد حقوق المؤلف عنها "معايير ثلاثة"

ظهرت عدة معايير في الفقه لتحديد هذه المنطقة ، نظرا لأهمية ذلك في تحديد القانون الواجب التطبيق على الإرسال كما رأينا، وذلك لبيان قيمة الجعل المالى المستحق لصالح المؤلفين . وقد قدمنا أن ضيق منطقة الاستقبال وعدم أهمية حجمها يستبعد بالضرورة قانون الدولة الذى يحكمها من بين القوانين الأخرى المرشحة لحكم النزاع<sup>(١)</sup>.

والمعايير المقترحة في هذا الشأن هي : معيار المنطقة المستهدفة بالإرسال، ومعيار الجمهور الفعلى، ومعيار أجهزة الاستقبال . وتتعلق هذه المعايير كلها بالتوايح الصناعية للبث الإذاعى المباشر، أما توايح البث الإذاعى غير المباشر فلا تنطبق عليها - بوجه عام- هذه المعايير وإنما يخضع الإرسال من خلالها لما يخضع له البث الإذاعى المرتزلى العادى<sup>(٢)</sup> ، وكل ما هنالك ، هو أن تحمل محطة الاستقبال الأرضية القائمة بالتوزيع محل هيئة الإذاعة التقليدية. وندرس هنا هذه المعايير المختلفة حتى نتخير من بينها معياراً نرتضيه:

#### المعيار الأول : معيار المنطقة المستهدفة بالإرسال (Deservic Zone):

تختلف هذه المنطقة في نظر صاحب هذا المعيار<sup>(٣)</sup> بحسب طبيعة الهيئة القائمة بالبث الإذاعى هل هي هيئة عامة أو هيئة خاصة على النحو الآتى :

\* هيئات الإذاعة العامة : تتحدد المنطقة المستهدفة بإرسالها بنص القانون، فيتكفل المشرع بتحديد هذه المنطقة بعناية .

\* هيئات الإذاعة الخاصة : تتحدد المنطقة المستهدف بإرسالها بالنظام الأساسى لها، ومن المعروف أن هذه المنطقة تختلف بحسب نوع البرامج ومضمونها ولغتها وكذلك بمالذاتها الإعلانية .

(١) انظر هامش رقم ١٠٨ .

(٢) ولا يسأل ذلك من رجاحة ما قال به DILLENZ من أن مثل من يقيس الإذاعة بالتوايح الصناعية على الإذاعة بالوسائل التقليدية هو من يقول عن الجمل أنه حصان مشوق الرقبة وله سنامان على ظهره . على الرغم من أن الجمل جل والحصان حصان (مقالة السابق ص ٣٤٦) . فما قلناه في المتن مقصود به اتفاق الجمل والحصان أو البث عبر التوايح الصناعية والبث المرتزلى التقليدى في الحكم وليس في الصفات.

(٣) HERMANN, Emissions de radio et de télévision débordant les frontières au du (٢) marché commun, Revue de L.U.E.R. 1985 (Vol. 36 no. 1) p. 25

## البحوث

ولم يقدر هذا المعيار السيادة في الفقه، فقد أخذ عليه إغفاله للحالات التي يمتد فيها الإرسال إلى مناطق غير مقصودة بداية نتيجة أسباب تقنية غير ممكن دفعها أو تفاديها<sup>(١)</sup>.

### المعيار الثاني : معيار الجمهور الفعلي (Reel Public)<sup>(٢)</sup>

تستحدد منطقة الاستقبال وفقا لهذا المعيار بالمنطقة الحقيقية للاستقبال وهي المنطقة التي يتلقى فيها الجمهور الإرسال حقيقة وفعلا . ويستعين صاحب هذا المعيار بعدة أفكار احتياطية في سبيل التحديد الأمثل لهذه المنطقة وهي : تصريحات وإعلانات هيئة الإذاعة الأصلية من حيث عدد المستقبلين والمعلنين وجنسياتهم ومضمون البرامج ولغة الإرسال . وأخذ على هذا المعيار أنه لا يستهدف حل مشكلة تحديد القناتون (أو القنوات) واجب (أو واجبة) التطبيق على هذا الإرسال بقدر ما يحرص على تقديم معيار محدد لكيفية احتساب الجعل المالي المستحق للمؤلفين . كما أخذ عليه أنه يكيل بمكياكين، فكيف يقبل أن يرفض المعلنون سداد جماعلي مالية نظير حقوق إعلان عن دول لا يرغبون في الإعلان فيها ، وتصلها إعلاناتهم الدعائية نتيجة أسباب تقنية لا دخل للهيئة القائمة بالث الإذاعي فيها، ويجبر الهيئة الأخيرة على سداد حقوق المؤلف عن استقبال إرسالها في هذه الدول؟<sup>(٣)</sup>.

### المعيار الثالث : معيار "الهوائيات" (Antennae)

يرمي أصحاب هذا المعيار<sup>(٤)</sup> إلى فرض جعل مالي محدد على كل "هوائي" استقبال - أسوة بما يجري عليه العمل في دول كثيرة بشأن الأشرطة الحام للفونوجرام والفيدويوجرام<sup>(٥)</sup> - يوجه عالده إلى المؤلفين .

FABIANI, op. cit. p. 20

(١) انظر هامش رقم ١٣٥ وكذلك

(٢) انظر في تأييد هذا المعيار مقال DILLRENZ، السابق الإشارة إليه ، ص ٣٥١ و ٣٥٠ وما بعدهما .

(٣) انظر في هذا المعنى : تقرير عام ١٩٨٥ رقم ٣٢ ص ١٦٢ .

(٤) GROSBY et TEPMEPEST. Satellitologie droit d'auteur, publicité. Morale publique et satellites en droit communautaire. Revue de L.U.E.R. 1983. (Vol. 34, no. 3).

P. 33.

(٥) انظر مقالنا السابق في تأجير الفونوجرام والفيدويوجرام وحق المؤلف ص ١٣٥ . وبلاحظ أن القانون الفرنسي قد أعاد لهذا المبدأ (مادة ٣١) ففرض مبلغاً مالياً معيناً على الشرائط المستعمدة في التسجيلات الخاصة بحسب على أساس سعة الشريط ونوعيته ويسدده للمتع أو المستورد المسوق للشروط (المادتان ٣٢ ، ٣٣) على أن يتم توزيع هذه العائدات وفقاً لقواعد معينة (الواد ٣٤ : ٣٧) .

## البحوث

وقد أخذ على هذا المعيار<sup>(١)</sup> مأخذ ثلاثة هي<sup>(٢)</sup> :

١- طول العمر الحقيقي لهذه "الهوايات" ، فهذا العمر أطول من أن يمكن المؤلفين من الحصول على جعل مالى عادل ، لأن هذا العمر سيكون أطول من العمر الافتراضى المتصور .

٢- عدم محضوع الاستقبال الخاص لسداد حقوق المؤلف، لأن القول بسداد المستقبل لهذه المبالغ يهدم المبادئ المتعارف عليها في مجال حق المؤلف .

٣- اختلاف الملتزم بالسداد، فالملتزم بسداد هذا الجعل المالى بالنسبة للفنانون حرام والفيديوجرامات هو منتج الأشرطة أو مستوردها المروج لها وليس العميل .

والرأى عندنا ، هو ترجيح المعيار الثانى ، وحساب حقوق المؤلف واجبة السداد على أساسه<sup>(٣)</sup> . ونحسن بذلك ننضم إلى صاحب هذا المعيار في القول بأن معياره سيحدد مع نظرية "بوجش" مستقبل البث الإذاعى عبر التوايح الصناعية<sup>(٤)</sup> . فبعد هذا المعيار أفضل المعايير الفقهية المطروحة . والدليل على ذلك هو أن محضوم هذا المعيار لم ينكروا جدواه بشأن الحقوق الصغيرة - أى الحقوق الموسيقية<sup>(٥)</sup> - السق تقوم هيئات مهنية متخصصة بإدارتها وتحصيل عائدها المالى عن طريق اتفاقات متبادلة للحصول على أساس المعاملة بالمثل ، فيما بينها<sup>(٦)</sup> .

---

(١) انظر مع ذلك ما قاله NABHAN من أن هذه الفكرة يمكن أن تجد الطريق إلى التنفيذ ولكن الوقت لم يحن بعد لها: المقال السابق الإشارة إليه ص ٥٩ .

(٢) انظر المقالات السابقة لكل من : DILLENZ ص ٣٥٠ ، و FREEGARD ص ١٢٩ و FABIA ص ٢١ وكذلك NABHAN ص ٤٣ .

(٣) ونحسن بذلك ننضم إلى كل من KEREVER (المقال السابق ص ٥٧) و FREEGARD (المقال السابق ص ١٠٥-١٠٦ ونحن مع الأخير أيضاً في القول بأن من النادر أن يكون عدد أفراد الجمهور الفعلى هو العنصر الوحيد لتحديد الجمل المادى المستحق للمؤلف ذمة هيئة الإذاعة .

(٤) انظر مقال DILLENZ سابق الإشارة إليه ، ص ٣٥١ .

(٥) سيستخدم مصطلح الحقوق الكبيرة Grand droits / Big rights بالمقابلة لمصطلح الحقوق الصغيرة Petits droits / Small rights فيدل الأول على حقوق مؤلفى الدراما وبذل الثانى على حقوق مؤلفى الموسيقى وكلمات الأغاني: انظر في استعمال المصطلح الثانى، تقرير مقرر عام مؤخر بروكسل لتعديل اتفاقية برن عام ١٩٤٨ أعمال للوئمر سابق الإشارة إليها، ص ٢٦٦ .

(٦) انظر في ذلك رسالتنا سابق الإشارة إليها ( الطبعة العربية ) ص ٢٠٥ وما بعدها .

ويلاحظ أن وصول الإرسال إلى مناطق غير مرغوب فيها من جانب هيئة الإذاعة الأصلية لن يمنع من عقد مسؤولية هذه الهيئة الأخيرة عنه مع اعترافنا بقصور المعيار التقني عن تفادي هذا الاستقبال غير المستهدف<sup>(١)</sup>. فتقع على كامل الهيئة القائمة بالإذاعة مسؤولية هذا الاستقبال الأخير الذي يعد نتيجة لقيامها بالبث الإذاعي<sup>(٢)</sup>. وعلى أية حال فإن هذه الهيئات تحصل عادة من المؤلفين على تراخيص بإذاعة المصنف ينص فيها على استبعاد مناطق الاستقبال غير المقصودة من الحساب عند تقدير الجمل المستحق للمؤلف<sup>(٣)</sup>. والأمر كله مرده إلى التفاوض الحر المباشر بين كل من الطرفين<sup>(٤)</sup> أو من يمثلهما<sup>(٥)</sup>.

(١) انظر هامش رقم (١٠٩).

(٢) نشر هنا إلى المواد ٩-٢٣ من اللائحة الدولية للاتصالات الصادرة عام ١٩٦٧ والتي تجعل مسؤولية السيطرة على مجال البث الإذاعي ومنع الاستقبال المباشر لهذا البث على عاتق الحكومات وليس هيئات الإذاعة : ملاحظة أنها مندوب لمنظمة غير حكومية في اجتماع باريس عام ١٩٨٧ (انظر تقرير هذا الاجتماع ، سابق الإشارة إليه ، رقم ٥٨ ص ٢٠٣).

(٣) انظر هامش رقم ١٠٩.

(٤) انظر في التأكيد على دور العقد في هذا الشأن المقالات السابقة الإشارة إليها لكل من : KEREVER (P. 65), NABHAN (P. 59), DILLENZ (P. 67), FABIANI (pp. 25-26) et FREEGARD (p.129).  
(٥) وقد رفضت مجموعة العمل التي شكلها الاتحاد الكونفدرالي الدولي لشركات (هيئات) المؤلفين والمترجمين (ويسمى بالعربية سيزاك وبالفرنسية C.I.S.A.C. اختصاراً للتسمية الآتية : Confederation Internationale des Sociétés D Auteurs. تعديل العقد النموذجي له بشأن استغلال المصنفات الفكرية على أساس أن نوصي التوزيع الصناعية المستعمدة حتى الآن مازالت في مرحلة التطور ولم تثبت على تعريف واحد (انظر اجتماع لندن ٢٥-٢٦ أكتوبر/تشرين أول ١٩٨٤ BE/CA/ 85/124, Mars 985) وقد انتهى المجمعون إلى عدة مبادئ استرشادية في هذا الشأن اختصها مجلس إدارة الاتحاد عند اجتماعه في باريس في الفترة ما بين ١٤-١٥ مارس/آذار سنة ١٩٨٥ . وبصورة عامة انتهوا إلى اختصاص الهيئة المهنية للمؤلفين لبلد التوزيع السلكي (توزيع البث الإذاعي بسلوك) أو بلد الحقن (توزيع البث الإذاعي المباشر) حسب الأحوال .

## خاتمة

إذا انتبهنا إلى ذلك ، كان واضحاً لنا أن البث الإذاعي عبر التوايح الصناعية المباشرة وغير المباشرة - وهو نتيجة من نتائج الثورة التكنولوجية التي يعيشها العالم المعاصر - لا يجب أن يورق منام المؤلفين عشية فقدانهم السيطرة على حقوقهم المالية المتحصلة منه، فالخول التي بسطناها تكفل لهم حماية فعالة لحقوقهم المالية والأدبية على السواء . وهذه الحماية وحدها هي التي تضمن لنا استمرارهم في الإبداع والعطاء<sup>(١)</sup>.

وإذا كانت نبوءتنا بـ "أن استخدام التوايح الصناعية في البث الإذاعي سيصبح يوماً ما - ليس بالبعيد - أمراً دارجاً نتيجة الثورة التي تعيشها وسائل الاتصالات المختلفة"<sup>(٢)</sup> قد تحققت، فهذا يستدعي أن يظهر رجل القانون بمظهر المتفتح القادر على معالجة المشكلات التقنية الحديثة بعد أن يستوعبها بالتقدم الذي يتيح له معالجتها من الوجهة القانونية . ولا ينال من علم رجل القانون أن ينادي بحلول جديدة غير مسبوقة إذا فشل في اقتراح حلول للمشكلات المعروضة عليه وفقاً للمبادئ التقليدية للقانون. وإن كان هذا الفشل لا يجب أن يقاس بمقياس شخصي بل بمقياس موضوعي، وهنا تتجلى أهمية المؤتمرات الدولية واللقاءات الثقافية بين رجال القانون . فهذا الأسلوب وحده هو الذي يضمن لنا ألا ينسب إلى رجال القانون ألم من سكان الأبراج العاجية الذين ينظرون إلى المشكلات الاجتماعية الدارجة نظرة المستعلى . فرجل القانون الحق هو من يستمع إلى الآراء المختلفة ولا يتخذ منها موقفاً، خصوصاً إذا كانت تقنية الطابع، إلا بعد أن يستوعب مشكلاتها وتفصيلاتها ودقائقها بسؤال أهل العلم والخبرة .

ومن هذا المنطلق ، تصدينا لمشكلات البث الإذاعي عبر التوايح الصناعية ، واقترحنا لها الحلول بعد أن بحثنا في كل ما وصلنا إليه من دراسات في هذا الشأن ، راجين أن نكون بذلك قد وفقنا في محاولة تطويع القانون بنصوصه الحالية لفروض جديدة لم تكن في الحسبان عند وضعه بدايةً .

(١) الطبعة الأولى من هذا البحث بعنوان (البث الإذاعي عبر التوايح الصناعية وحقوق المؤلف، القاهرة عام ١٩٩١ ص ٣٩ .

(٢) انظر في ترداد الفوائد لثرتي على تشجيع الاتصالات تقرير منظمة اليونسكو بعنوان الحق في الاتصال: تقرير عن الوضع الحالي، رقم ٩٤ وهو تقرير من وضع الأستاذ ديمونديفس الذي ترجمه إلى العربية الأستاذ محمد فتحي عام ١٩٨٤ ونشر في عجز هذا التقرير إلى التقرير النهائي لفريق دراسة الحق في الاتصال (لندن ٣٠:٥ مارس/آذار عام ١٩٨٠) وهو التقرير الذي تضمن إشارة إلى الارتباط الوثيق بين الحق في الاتصال والمطالبة بنظام دول جديد للإعلام . وانظر في الموازنة بين الحق في الإعلام والسيادة الوطنية ولاسيما في مواجهة توايح البث الإذاعي المباشر (MATTE, op. cit pp. 194: 198).



## تأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات

### الفضائية على وسائل الاتصال

أ.د. سلوى إمام على

#### موضوع الدراسة :

**تهتم** هذه الدراسة بتأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية : ( الصحف - الراديو - التلفزيون - الفيديو - السينما - المسرح ) .

المهدف من الدراسة :

- ١ - تعرف نوع القنوات الفضائية التى يفضل الجمهور المصرى - عينة الدراسة - مشاهدتها .
- ٢ - تعرف المواد التى يفضل الجمهورى المصرى - عينة الدراسة - مشاهدتها فى القنوات الفضائية العربية والأجنبية .
- ٣ - تعرف تأثير مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية على النحو التالى :

- قراءة الصحف .
- الاستماع إلى الراديو .
- مشاهدة التلفزيون .
- الذهاب إلى السينما .
- الذهاب إلى المسرح .

---

(م) أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

## مقدمة :

يعتبر البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة، حيث يشهد العالم الآن ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات والاتصالات. ويعتبر التطور التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، وفي ظل هذا التقدم التكنولوجي تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الرقمية حيث أصبح في الإمكان بث أعداد كبيرة من القنوات التلفزيونية. وفي عصر تكنولوجيا الاتصال الفضائي - الذي شهد تغيرات كبيرة في مجال الإعلام - برزت إلى الوجود فكرة القنوات التلفزيونية المتخصصة.

ومن هذا المنطلق أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين، حيث أصبح في مقدورهم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها سواء كانت سياسية أم ثقافية أم أدبية أم علمية أم رياضية، وأصبح المتلقي هو الذي يحدد درجة اعتماده على القنوات المختلفة المفضلة لديه، خاصة مع تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية التي أصبحت تتنافس بدرجة كبيرة في الاستحواز على اهتمام جمهور المشاهدين. وتحتل القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المشاهدين. ومن ثم لم يعد في الإمكان تجاهلها لما لها من عديد من الآثار على مشاهديها؛ خاصة في ظل ازدياد خريطة البث التلفزيوني بكم هائل من القنوات الفضائية التي تتنوع برامجها من حيث الشكل والمضمون، وتعدد أيضاً ساعات إرسالها ونوعية جمهورها. وفي ظل ثورة الاتصالات أصبح من حق الفرد أن يعلم ويقارن ويحلل ويختار القنوات والمواد التي تشبع احتياجاته.

وتعد جمهورية مصر العربية من الدول التي تأثرت بظاهرة البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية حيث إن أطباء الاستقبال الفضائي أصبحت متواجدة في معظم محافظات الجمهورية ليس فقط في المدن الكبيرة بل في المناطق الريفية أيضاً. وفي عصرنا الحديث، ومع تطور قوة الأقمار الصناعية باستمرار في مجال الإرسال والاستقبال أصبحت القنوات الفضائية حقيقة لا يمكن تجاهلها على الرغم من احتدام النقاش حول آثارها، واختلاف الآراء وانقسامها بين معارض للفرز الثقافي من خلال هذه القنوات، عوفاً على الهوية الوطنية ومؤيداً للانفتاح الثقافي على العالم. وعلى أية حال فإن القنوات الفضائية أخذت تزاحم وسائل الاتصال الأخرى وتأخذ منها جمهورها، وقد أسفر عن ذلك تأثير سلبي على معدلات القراءة والاستماع والمشاهدة لوسائل الاتصال الوطنية، نتيجة لأساليب الجذب والتشويق والجرأة والإثارة في شكل ومضمون ما يقدم عبر هذه القنوات الفضائية العربية والأجنبية، سواء كانت

## البحوث

قنوات عامة أم متخصصة مفتوحة أم مشفرة. وفي ضوء هذه المنافسة الشديدة بين هذه القنوات في الاستحواذ على اهتمام المشاهدين ، وفي ضوء اهتمام الباحثين بدراسة تأثيرات وسائل الاتصال - التي تظهر وتنتشر بسرعة - على الجمهور تبرز أهمية دراسة تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على التعامل مع وسائل الاتصال الوطنية، حتى يمكننا أن نتعرف تأثير استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية على علاقته بوسائل الاتصال الأخرى.

### الدراسات السابقة:

سنعرض فيما يلي لمجموعة من الدراسات السابقة ، والتي تم تقسيمها إلى محورين:

#### المحور الأول:

دراسات تناولت علاقة الجمهور بالقنوات الفضائية:

\* دراسة عن : جمهور القناة الفضائية المصرية في دولة الكويت - (الشراح الشال، ١٩٩٣)<sup>(١)</sup>:

العينة : تم تطبيق هذه الدراسة على ٤٨ مصرياً و ١٢ كويتيً.

أهم النتائج: أوضحت هذه الدراسة أن بعض الباحثين قد سمعوا عن القناة الفضائية المصرية من أكثر من مصدر ، تتقدمها المصادر المصرية ثم المصادر الكويتية، وأظهر البحث أيضاً أن هناك مداومة على متابعة القناة الفضائية المصرية طوال أيام الأسبوع وخصوصاً بالنسبة للفترة المسائية.

\* دراسة عن : اتجاهات المشاهدين المتحدثين بالفرنسية نحو القناة الفرنسية الدولية (سوزان القليبي، ١٩٩٣)<sup>(٢)</sup>:

العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة من المتحدثين باللغة الفرنسية.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة استخدامات الجمهور والإشباع المتحققة في هذا الاستخدام.

\* دراسة عن : جمهور القنوات الفضائية في مصر (الشراح الشال، ١٩٩٤)<sup>(٣)</sup>:

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١٧٣ مفردة من مشاهدي القنوات الفضائية في مصر.

أهم النتائج: أظهرت هذه الدراسة المواد التي يقبل الجمهور على مشاهدتها في القنوات الفضائية، كما أوضحت البرامج التي يتم تسجيلها من الهواءي . وأشارت إلى خطورة البرامج الوافدة على الأطفال، والشباب.

\* دراسة عن : استطلاع رأى أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية المصرية (عاطف العبد، ١٩٩٥)<sup>(٤)</sup>:

العينة: تم تطبيق الدراسة على أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أهم المواد التي يقبل المشاهد على متابعتها، وتأثير مشاهدة هذه القناة على عادة قراءة الصحف والمجلات والاستماع إلى الراديو ومشاهدة الفيديو.

\* دراسة عن : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لطلبة وطالبات قسم الإعلام - بجامعة الإمارات العربية المتحدة (عاطف العبد ، وفوزية العلي ، ١٩٩٥)<sup>(٥)</sup>:

العينة: تم تطبيق الدراسة على طلبة وطالبات قسم الإعلام بدولة الإمارات.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أهم المواد التي يقبل الجمهور على مشاهدتها، كذلك أوضحت أهم القنوات التي يفضلونها.

\* دراسة عن : استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الإخبارية CNE دراسة ميدانية (هبة شاهين، ١٩٩٥)<sup>(٦)</sup>:

العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة من المشتركين في شبكة الـ CNE.

أهم النتائج: أوضحت هذه الدراسة تعدد أسباب الاشتراك في خدمات شركة الأخبار المصرية، كذلك أوضحت أهم المواد التي يفضل الجمهور مشاهدتها ، وكذلك أهم القنوات التي يقبلون على مشاهدتها.

\* دراسة عن : دوافع استخدامات المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشباعها (أمانى فهمي، ١٩٩٧)<sup>(٧)</sup>:

العينة: تم تطبيق الدراسة على الإناث الراشدين من سن ٢٠ سنة فأعلى من الجمهور المصري.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أن هناك علاقة بين التعرض الانتقائي للمرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ، ودوافع استخدام هذه القنوات والإشباع التي تتحقق منها.

\* دراسة عن : استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشاعات المتحققة منها (جيهان يسرى، ١٩٩٨)<sup>(٨)</sup> :

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على مجتمع الشباب (ذكور وإناث) من سن ١٥ حتى ٣٠ سنة (١٠٠ مفردة).

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أن الشباب يتعرضون للقنوات الفضائية بشكل دائم، وأنهم يشاهدون القنوات الفضائية بشكل يومي تقريباً، وأن هذه القنوات قد احتلت المرتبة الأولى لدى الشباب في اللجوء إليها بهدف التسلية.

\* دراسة عن : استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية العربية والأجنبية (سوزان القليبي، ١٩٩٩)<sup>(٩)</sup> :

العينة: تم تطبيق الدراسة على ١٨٠ مفردة تم اختيارها من ثلاث دول عربية هي : مصر والمغرب والسعودية بواقع ٦٠ مفردة لكل دولة.

أهم النتائج:

- ارتفاع نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية لدى الجمهور العربي.
- جاءت أكبر نسبة تفضيل مشاهدة للفضائيات العربية من الجمهور السعودي، بينما ارتفعت نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية بين المغاربة والمصريين.
- جاء أهم سببين لتفضيل الفضائيات الأجنبية لدى عينة الدراسة : احترام عقلية المشاهد ، وأن موادها تجمع بين الإفادة والمتعة.

\* دراسة عن : علاقة طالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالدراس (النشراح الشال، ٢٠٠٠)<sup>(١٠)</sup> :

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على الطالبات ممن يدرسون مادة مقدمة في الاتصال وبلغ حجم العينة ٢٤٠ مفردة.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أهم القنوات التي يقبل الجمهور على مشاهدتها ، كذلك أوضحت تأثير التعامل مع الإنترنت على مشاهدة الدش.

\* دراسة عن وسائل الإعلام ووقت الفراغ (النشراح الشال، ٢٠٠٠)<sup>(١١)</sup>:

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١١٥٧ مفردة من الذكور والإناث الذين يبلغون من العمر ١٨ سنة فأكثر من سكان المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية من مدينة جدة ومن مدن أخرى ومن قرى مجاورة.

أهم النتائج:

■ اهتمام عينة الدراسة بمشاهدة القنوات الفضائية العربية بنسبة ٧٤,٦%، في مقابل بقية الأفراد ممن يشاهدون القنوات الأجنبية، وخاصة باللغة الإنجليزية والفرنسية والهندية.

■ تعتبر الأخبار من أهم المواد التي يبحث عنها المشاهد، ثم تأتي بعد ذلك المادة الدرامية من أفلام ومسلسلات.

■ تأثرت مشاهدة التلفزيون والفيديو بإقبال الجمهور عينة الدراسة على مشاهدة القنوات الفضائية.

\* دراسة عن : مشاهدة القنوات الفضائية في إطار مدخل الاستعدادات والإشباع (حسان كيلاني، ٢٠٠٠)<sup>(١٢)</sup>:

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ٥٠١ من المصريين ملاك الدش في مدينة القاهرة الكبرى.

أهم النتائج: أوضحت هذه الدراسة درجة مشاهدة الجمهور لهذه القنوات والبرامج والمواد التي يتقبلون على مشاهدتها أكثر من غيرها.

\* دراسة عن : أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية (سلوى إمام، ٢٠٠١)<sup>(١٣)</sup>:

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠١ مفردة، ممن يملكون الدش في محافظتي القاهرة والجيزة.

أهم النتائج:

■ تغطي بعض القنوات الفضائية العربية بنسبة مشاهدة عالية مثل تلفزيون الشرق الأوسط MBC والقناة الفضائية المصرية ورايوت وتلفزيون العرب ART والقناة الفضائية اللبنانية LBC وقناة الجزيرة القطرية وقناة المستقبل اللبنانية.

■ أن القنوات والشبكات الإخبارية تغطي بنسبة مشاهدة عالية من قبل جمهور القنوات الفضائية العربية والأجنبية على السواء.

## البحوث

■ تعتبر الأفلام والمواد الإخبارية والأغاني والتنوعات من أهم المواد التي احتلت المراكز الأولى من حيث نسب المشاهدة.

\* دراسة عن : استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية (هبة شاهين، ٢٠٠٩)<sup>(١٤)</sup>:  
العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من الجمهور المصرى قوامها ٤٠٠ مفردة ، فى إطار عافطة القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية).

أهم النتائج:

■ يرتفع معدل أولوية تعرض لمبحوثين للقنوات العربية بنسبة ٣١% من المبحوثين مقابل ١٠,٢% للتلفزيون المصرى و ٨,٥% للقنوات الأجنبية.

■ تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية العربية على مشاهدة التلفزيون المصرى لدى ٨٩,٦% من المبحوثين ، ولكن هذا التأثير لم يبلغ مشاهدة قنوات التلفزيون الوطنية.

\* دراسة عن : استخدامات المرأة العمالية لوسائل الإعلام (عائشة العايشي، ٢٠٠٢)<sup>(١٥)</sup>:

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من النساء العمانيات.

أهم النتائج:

■ يفضل المبحوثون مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية مثل قناة MBC والجزيرة وأبوظبي ودبي والكويت والفضائية المصرية والقناة اللبنانية LBC وقناة اقرأ والبحرين والشارقة.

■ تحقق مشاهدة القنوات الفضائية بعض الإشباعات للمبحوثين مثل معرفة الأخبار والأحداث العمالية والمحلية والعالمية.

\* دراسة عن : العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة (محمد الفقيه، ٢٠٠٢)<sup>(١٦)</sup>:

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على مشاهدى القنوات الفضائية الذين لديهم أجهزة استقبال البث التلفزيونى عبر الأقمار الصناعية ، والذين تتراوح أعمارهم من ٢٠ سنة فأكثر ، وقد بلغ عددهم ٤٦٢ مفردة.

### أهم النتائج:

- ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الفضائية بين أفراد العينة.
- جاء ترتيب المبحوثين للقنوات الفضائية التي يعتمدون عليها في اكتساب المعرفة بالشئون العامة بشكل عام على الترتيب التالي: الجزيرة، MBC، الفضائية اليمنية، LBC، أبو ظبي الفضائية، دبي الفضائية، المصرية الفضائية، CNN، المستقبل، الشارقة.

### \* دراسة عن : استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية (مصطفى حدى، ٢٠٠٢) (١٧):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين في المرحلة العمرية من ١٥ إلى ٢١ سنة ، وتشمل مرحلتى : المراقبة المتوسطة والمتأخرة ممن يمتلكون أطباقاً لالتقاط القنوات الفضائية.

### أهم النتائج:

- تعتبر مشاهدة برامج المنوعات والأغاني من أول الأسباب التي دعت الأفراد - عينة الدراسة - لشراء النسخ ، وكان ذلك بنسبة ٧٢,٨%.
- من إيجابيات مشاهدة القنوات الفضائية من وجهة نظر الأفراد - عينة الدراسة - تعريفهم بما يحدث في العالم ولقضاء وقت الفراغ وتوسيع مداركهم وتفتيح أذهانهم.

### \* دراسة عن : فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة (هشام أبو اليزيد، ٢٠٠٣) (١٨):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسى في الريف والحضر.

### أهم النتائج:

- يشاهد قناة التعليم الإعدادى ٩٥,٥% من الأفراد عينة الدراسة.
- يشاهد التلاميذ - عينة الدراسة - قناة التعليم الإعدادى ، إما بالمنزل أو في المدارس (في قاعة الوسائل المتعددة) أو في المكتبة.

### \* دراسة عن : علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال الإلكترونية (صفا فوزى، ٢٠٠٣) (١٩):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على الأطفال المصريين ما بين ١٢-١٨ سنة.



أهم النتائج:

- يتمتع الطفل المصري ببيئة اتصالية ثرية ومتنوعة ، شملت وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.
- احتل التلفزيون المرتبة الأولى بين وسائل الاتصال الإلكترونية موضع الدراسة من حيث معدلات استخدام الأطفال له ، بينما جاءت القنوات الفضائية في المرتبة الأخيرة.
- دراسة عن : علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية (نهى العبد ، ٢٠٠٣) (٢٠):  
العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٤٨٠ مفردة من الأطفال ، في نهاية مرحلة الطفولة المتأخرة.

أهم النتائج:

- يشاهد جميع المبحوثين - عينة الدراسة - القنوات الفضائية.
- أهم أسباب تفضيل الأطفال عينة الدراسة مشاهدة القنوات الفضائية العربية العامة خلال فترة معينة هي: فترة راحة من المذاكرة وتقدم برامج مفضلة عند الأطفال خلال هذه الفترة ، وأما فترة مناسبة للمشاهدة الجماعية حيث تجتمع الأسرة.
- يشاهد الأطفال - عينة الدراسة - قنوات الأطفال العربية والأجنبية المتخصصة.
- دراسة عن : اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر (خالد صلاح الدين، ٢٠٠٣) (٢١):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ٣٠٠ مفردة من الجمهور العام، و١٥٠ مفردة من الإعلاميين.

أهم النتائج:

- أن دوافع تعرض الجمهور العام للقنوات الفضائية الخاصة تندرج تحت الدوافع الطوقسية ؛ حيث جاء دافع التسلية والترفيه في المرتبة الأولى.
- جاءت الدوافع النفعية على رأس قائمة دوافع الإعلاميين في التعرض للقنوات الخاصة، حيث يتعرض الإعلاميون لهذه القنوات بهدف الحصول على الرأي الآخر ، واستجلاء الرؤى المختلفة حول المشكلات المجتمعية.

## المصور الثاني :

دراسات تناولت استخدامات الجمهور للقنوات المحلية والدولية:

\* دراسة بعنوان استخدام الصفوة للراديو والتلفزيون المحلى والدولى (عادل عبد الغفار ، ١٩٩٥) (٢٢):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على مجتمع الصفوة المصرية في المجالين : السياسى والفكرى في إطار عينة قوامها ١٥٠ مفردة ، تم اختيارهم وفق معيار المنصب القيادى .

أهم النتائج:

■ ترتفع نسبة الاستماع إلى الراديو المحلى بشكل غير منتظم (أحياناً) لتصل إلى ٩٠,٣% في مقابل ٤٠,٧% فقط إلى الراديو الدولى .

■ يتضح أن التلفزيون المحلى يحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة ٩٤,٧% وإن كانت النسبة الكبرى تشاهد التلفزيون بصفة غير منتظمة (أحياناً)، في حين تقل نسبة مشاهدة لقنوات التلفزيون الدولى لتصل إلى ٢٨,٧% فقط ؛ لعدم وجود أطباق هوائية لاستقبال إرسال قنوات التلفزيون الدولى لمعظم الأفراد - عينة الدراسة.

\* دراسة عن : اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات (سوزان القليبي ، ١٩٩٨) (٢٣):

المينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١٢٥ مفردة ، تم اختيارها وفقاً للمنصب القيادى ، وقد أجريت على نوعين من الصفوة هما: الصفوة السياسية والصفوة الإعلامية.

أهم النتائج:

■ تصدر التلفزيون الوطنى وسائل الاتصال الأخرى كأول مصدر للإعلام عن حادث الأقصر ؛ حيث جاءت الوسائل الإلكترونية (التلفزيون والراديو) في المرتبتين : الأولى والثانية.

■ برزت الإذاعة المصرية كأفضل مصدر غطى حادث الأقصر تلته شبكة CNN.

\* دراسة عن : تأثير التعرض للقنوات الفضائية على القنوات المركزية والإقليمية (محمد نبيل طلب، ١٩٩٨) (٢٤):

المينة: تم تطبيق هذه الدراسة على ١٦٠ مفردة ، موزعة بالتساوى بين محافظتى : القاهرة والنيا بين الفئات العمرية التى تتراوح بين ١٨ سنة إلى ٤٥ سنة فأكثر.

أهم النتائج:

■ إن نسبة المشاهدة للقنوات الفضائية تفوق نسبة للمشاهدة لقنوات التلفزيون المصري ؛ حيث تبلغ في الفضائية ٨٨,٨% مقابل ٨٣,١% لقنوات التلفزيون المصري .

■ يعتبر تفضيل مشاهدة القنوات الفضائية من أهم أسباب إعراض الأفراد عينة الدراسة عن مشاهدة قنوات التلفزيون المصري بنسبة ٥٥,٦% من إجمالي الأسباب.

• دراسة عن : مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات (السيد بمنسى حسن، ٢٠٠٠) (٢٥):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات (القاهرة وطنطا والمنيا والإسكندرية).

أهم النتائج:

■ جاء التلفزيون المصري ثم الصحف المصرية ثم الإذاعات المصرية على الترتيب ، في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور أثناء الأزمات.

■ دارت أسباب الاعتماد حول هدفين أساسيين ، هما : الفهم والتوجيه، وقد جاءت أسباب الفهم في ترتيب متقدم عن أسباب التوجيه ؛ حيث يهتم الجمهور أثناء الأزمات بفهم نفسه وبيئته.

• دراسة عن : استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية (عبدالرحمن الشامي، ٢٠٠٢) (٢٦):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة ممن يعيشون في المدن اليمنية ، ويلغون من العمر عشرين سنة فأكثر.

أهم النتائج:

■ بلغ معدل التعرض لقنوات التلفزيون المحلية ٧٢,٨% مقابل ٨٥,٨% لقنوات التلفزيونية الدولية.

■ اكتفاء المبحوثين بالتعرض للقنوات التلفزيونية الدولية ، وتدن مستوى ما تقدمه القنوات التلفزيونية المحلية من أهم أسباب عدم تعرضهم للقنوات المحلية.

• دراسة عن : دور وسائل الإعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور (دينا أحمد عراي، ٢٠٠٢) (٢٧):

العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة ، من مستوى طلاب الجامعات فما فوق.

أهم النتائج:

■ إن أكثر الوسائل التي يعرض لها المبحوثون هي القنوات المحلية بنسبة ٨٧,٥% ثم الصحف المحلية بنسبة ٨٠,٣% يليها القنوات الفضائية بنسبة ٤٧,٥% وجاءت الصحف الدولية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٩,٨%.

■ إن أفراد العينة يتمثلون في المقام الأول على القنوات المحلية للحصول على الأخبار والمعلومات ، ثم تأتي الصحف المحلية في المرتبة الثانية يليها القنوات الفضائية فالإذاعات المحلية ثم الإذاعات الدولية ، وأخيراً تأتي الصحف الدولية في للمرتبة السادسة.

#### التعليق على الدراسات السابقة: ١

وبعد استعراض الدراسات السابقة نلاحظ ما يلي:

١- هناك بعض الدراسات التي اهتمت بدراسة استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية وأنماط مشاهدته لها.

٢- هناك بعض الدراسات التي اهتمت بدراسة استخدام الجمهور العربي للقنوات الفضائية (في الكويت وفي السعودية وفي الإمارات وفي اليمن وفي المغرب).

٣- هناك بعض الدراسات التي ركزت علاقة الجمهور النوعي بالقنوات الفضائية (المرأة والشباب والمراهقين والأطفال).

٤- هناك بعض الدراسات التي ركزت على علاقة الجمهور بالقنوات الفضائية الخاصة في مصر.

٥- هناك بعض الدراسات التي ركزت على علاقة الجمهور بقنوات النيل التعليمية.

٦- هناك بعض الدراسات التي ركزت على استخدام الجمهور لكل من القنوات المحلية والدولية.

٧- هناك بعض الدراسات التي ركزت على تأثير استخدام القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو وقنوات التلفزيون المركزية والإقليمية.

ومن الملاحظ ، أنه لم توجد أية دراسة عن تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية المختلفة من صحف ورايو وتلفزيون وفيديو وسينما ومسرح، وهو ما يجعل نطاق هذه الدراسة بداية لتناول جديد في مجال تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على غيرها من وسائل الاتصال.

## موضوع الدراسة :

يمكن صياغة موضوع هذه الدراسة على النحو التالي :

في ضوء نقص المعلومات وندرة الدراسات التي تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية ، كانت هذه الدراسة التي تهتم بتأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية (الصحف - الراديو - التلفزيون - الفيديو - السيما - المسرح).

## أهمية الدراسة :

تأتي أهمية هذه الدراسة مماشيًا مع حاجة مصر لمثل هذه النوعية من الدراسات للاستفادة بما في تطوير وسائل الاتصال الوطنية بصفة عامة والوسائل المسموعة المرئية بصفة خاصة ، وتطوير خدمات القنوات التلفزيونية الوطنية بصفة أخص ؛ حتى تستطيع أن تقف أمام التحديات التي تواجهها أمام القنوات الفضائية العديدة ، وحتى يتسنى لمصر أن تخطط لمستقبل التلفزيون بقنواته الوطنية بصورة تتفق مع التطور المائل الذي يشهده عصرنا الحالي .

## تساؤلات الدراسة :

تتمثل تساؤلات هذه الدراسة فيما يلي:

### أولاً : تساؤلات عامة :

- ما نوع القنوات الفضائية التي يقبل الجمهور على مشاهدتها؟
- ما المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية العربية؟
- ما المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية الأجنبية؟

### ثانياً: تساؤلات خاصة بقراءة الصحف:

- ما مدى قراءة الصحف، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين القراءة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

### ثالثاً: تساؤلات خاصة بالاستماع إلى الراديو:

- ما مدى الاستماع إلى الراديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الاستماع والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

رابعاً: تساؤلات خاصة بمشاهدة التلفزيون:

- ما مدى مشاهدة التلفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

خامساً: تساؤلات خاصة بمشاهدة الفيديو كاسيت:

- ما مدى مشاهدة الفيديو كاسيت، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

سادساً: تساؤلات خاصة بالذهاب إلى السينما:

- ما مدى الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

سابعاً: تساؤلات خاصة بالذهاب إلى المسرح:

- ما مدى الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين التأثير والعوامل الديموجرافية؟

#### نوع الدراسة والمنهج:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح (مسح الجمهور).

#### هيئة الدراسة:

شملت هذه الدراسة عينة عمدية ممن يشاهدون القنوات الفضائية، قوامها ٢٠٠ مفردة من محافظات القاهرة والجيزة - أما عن خصائص أفراد العينة حسبما أسفر عنها العمل الميداني فقد جاءت على النحو التالي .

البحوث

جدول (١) : توزيع عينة الدراسة بحسب النوع .

النوع	ك	%
ذكور	١٠٠	٥٠
إناث	١٠٠	٥٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

جدول (٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب السن .

السن	ك	%
١٥ لأقل من ٢٠	٢٥	١٢,٥
٢٠ لأقل من ٢٥	٣٦	١٨
٢٥ لأقل من ٣٠	٢٧	١٣,٥
٣٠ لأقل من ٣٥	٣٠	١٥
٣٥ لأقل من ٤٠	٢٢	١١
٤٠ لأقل من ٤٥	٢٠	١٠
٤٥ لأقل من ٥٠	١٥	٧,٥
٥٠ لأقل من ٥٥	١٥	٧,٥
٥٥ فأكثر	١٠	٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

جدول (٣) : توزيع عينة الدراسة بحسب مستوى التعليم .

مستوى التعليم	ك	%
يقرأ ويكتب	٢	١
مؤهل أقل من المتوسط	١	٠,٥
مؤهل فوق المتوسط وأقل من الجامعي	٣٢	١٦
مؤهل جامعي	١١٢	٥٦
دراسات عليا	٥٣	٢٦,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

البحوث

جدول (٤) : توزيع عينة الدراسة بحسب الحالة الاجتماعية .

الحالة الاجتماعية	ك	%
لم يسبق له الزواج	٨٢	٤١
متزوج وليس لديه أولاد	٢٢	١١
متزوج ولديه أولاد	٩٣	٤٦,٥
مطلق	٣	١,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

جدول (٥) : توزيع عينة الدراسة بحسب المنطقة السكنية .

المنطقة السكنية	ك	%
مدينة نصر	٣٥	١٧,٥
مصر الجديدة	٢٦	١٣
المهندسين	٢٠	١٠
الهرم	١٧	٨,٥
الجيزة	١٥	٧,٥
الدقي	١٢	٦
المعادي	١١	٥,٥
حدائق القبة	١١	٥,٥
شبرا	١٠	٥
الزمالك	٦	٣
العجيزة	٥	٢,٥
المعادي	٥	٢,٥
حلوان	٣	١,٥
إمبابة	٣	١,٥
فيصل	٣	١,٥
الأزبكية	٣	١,٥
الظاهر	٣	١,٥
حلمية الزيتون	٢	١
منيل الروضة	٢	١



يتم جدول (٥)

المنطقة السكانية	ك	%
القطم	٢	١
جسر السويس	٢	١
الجمالية	١	٠,٥
العمرانية	١	٠,٥
الحلمية الجديدة	١	٠,٥
السيدة زينب	١	٠,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

#### أداة الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة استقصاء مكونة من عدة أسئلة ، تركز على الجوانب الرئيسية لموضوع الدراسة.

#### خطوات إعداد الصحيفة :

تمثلت خطوات إعداد الصحيفة فيما يلي:

- ١- مراجعة موضوع الدراسة والتساؤلات المطلوب الإجابة عنها.
- ٢- في ضوء المراجعة السابقة تم إعداد الصحيفة في صورتها الأولية.
- ٣- إدخال بعض التعديلات على الصحيفة حتى أصبحت جاهزة للتطبيق.
- ٤- إجراء اختبارات أولى لتجريب الاستمارة ، قبل النزول للعمل الميداني لقياس صلاحيتها للتطبيق.

#### اختبار الصدق والثبات :

##### ( أ ) اختبار الصدق :

اعتمد اختبار الصدق على درجة الاتساق في إجابات الأسئلة المرتبطة التي شتمتها صحيفة الاستقصاء، وقد حسب نسبة الصدق على أساس نسبة الأسئلة المتطابقة إلى الأسئلة المرتبطة، وبناء على ذلك فقد تم استبعاد الاستمارات التي قلت فيها درجة الصدق عن ٧٥%.

##### (ب) اختبار الثبات :

تم استخدام أسلوب تطبيق الاستمارة ، ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Retest بعد أسبوعين، ثم تم بعد ذلك حساب نسبة الاتفاق بين الإجابات في التطبيقين.

## البحوث

### طريقة جمع بيانات صحيفة الاستقصاء :

تم جمع بيانات صحيفة الاستقصاء عن طريق توزيعها على الباحثين الذين قاموا بملفها بأنفسهم.

### حدود الدراسة:

١ - اقتصرت هذه الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري في محافظتي القاهرة والجيزة ، الذين يمتلكون الدش ويشاهدون القنوات الفضائية.

٢ - اقتصرت إجابات الباحثين في هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء التي أعدت خصيصاً لأغراض الدراسة والتي اقتصر فقط على علاقة الجمهور المصري (عينة الدراسة) من مشاهدي القنوات الفضائية بوسائل الاتصال الأخرى (الصحف - الراديو - التلفزيون - الفيديو - السينما - المسرح).

### فوائد الدراسة:

#### أولاً: التساؤلات العامة:

- ما نوع القنوات الفضائية التي يقبل الجمهور على مشاهدتها؟
- ما المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية العربية؟
- ما المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية الأجنبية؟
- نوع القنوات الفضائية التي يقبل الجمهور على مشاهدتها:

جدول (٦) : توزيع عينة الدراسة بحسب نوع القنوات الفضائية التي يشاهدونها .

نوع القنوات الفضائية	ك	%
القنوات الفضائية العربية فقط	١١٨	٥٩,٠ -
القنوات الفضائية العربية والأجنبية	٧٥	٣٧,٥
القنوات الفضائية الأجنبية فقط	٧	٣,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٦) نوعية القنوات الفضائية التي يشاهدها أفراد الجمهور - عينة الدراسة - على النحو التالي :

- يحرص أفراد الجمهور على مشاهدة القنوات الفضائية العربية فقط بنسبة ٥٩% من إجمالي عينة الدراسة.

■ يحرص ٣٧,٥% من الأفراد - عينة الدراسة - على مشاهدة كل من القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً.

■ تحرص نسبة ضئيلة من الأفراد - عينة الدراسة - على مشاهدة القنوات الأجنبية فقط، وقد بلغت نسبتهم ٣,٥% فقط من إجمالي عينة الدراسة، وربما يرجع السبب في ذلك إلى عدم معرفة أفراد العينة باللغات المختلفة التي يقدم بها مضمون القنوات الفضائية الأجنبية. وقد ثار نقاش في إحدى الدراسات<sup>(٢٨)</sup> حول العلاقة بين التعرض للبرامج المذاعة ونوع اللغة والإلمام بها؛ حيث تم طرح عدة تساؤلات حول المضمون الذي ينتقل عبر القنوات الفضائية والفهم الكامل للغة التي يقدم بها هذا المضمون. وأثارت هذه الدراسة تساؤلاً مهماً وهو "هل من المحتمل أن تعود ببساطة مشاهدة برامج لم نفهمها بالكامل؟" وتؤكد هذه الدراسة أيضاً أن هناك تساؤلات عديدة ومتنوعة في هذا المجال، ولم توجد إجابات تفصيلية عنها بعد.

المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية العربية:

جدول (٧): توزيع إجابات عينة الدراسة - مشاهدي القنوات الفضائية العربية - بحسب المواد التي يشاهدونها.

المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية العربية	ك	%
الأنلام العربية	١٤١	٧٣,١
الأخبار والبرامج الإخبارية	١٢٣	٦٣,٧
الأغاني	١٢٣	٦٣,٧
المسلسلات العربية	١٠٧	٥٥,٤
المروحات	١٠٢	٥٢,٨
الأنلام الأجنبية	٩١	٤٧,٢
البرامج الدينية	٨٨	٤٥,٦
البرامج الثقافية	٥٣	٢٧,٥
البرامج الرياضية	٥٢	٢٦,٩
الإعلانات	٤٥	٢٣,٣
جملة من متلوا	١٩٣	

## البحوث

توضح بيانات الجدول (٧) للمواد التي يقبل الأفراد عينة الدراسة - مشاهدى القنوات الفضائية العربية - على مشاهدتها على النحو التالي:

■ جاءت الأفلام العربية في المركز الأول بنسبة ٧٣,١% من جملة من سفلوا، تلتها الأخبار والبرامج الإخبارية والأغاني بنسبة ٦٣,٧% لكل منهما.

■ تعتبر المسلسلات العربية من المواد المفضلة والمحبة لقلوب المشاهدين ، حيث كانت نسبتها ٥٥,٤% من جملة من سفلوا ، وتلتها برامج المنوعات بنسبة ٥٢,٨%.

■ يقبل مشاهدو القنوات الفضائية العربية في بعض الأحيان على مشاهدة الأفلام الأجنبية بنسبة ٤٧,٢% ، ومن المرجح أن مشاهدى القنوات الفضائية العربية يقبلون هذه النوعية من المواد الأجنبية حتى في حالة عدم معرفتهم باللغة الأجنبية، نظراً لترجمة المصاحبة للأعمال الدرامية ، والتي تساعدهم إلى حد كبير في متابعة تسلسل الأحداث وفهم المضمون المقدم لهم من خلال هذه النوعية من الأعمال الدرامية.

■ يقبل الجمهور أيضاً على مشاهدة البرامج الدينية وذلك بنسبة ٤٥,٦%.

■ تنوعت مشاهدة الجمهور لبعض المواد الأخرى بنسب متفاوتة مثل البرامج الثقافية والبرامج الرياضية.

المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية الأجنبية:

جدول (٨): توزيع إجابات عينة الدراسة - مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية - بحسب المواد التي يشاهدونها .

المواد التي يشاهدها الجمهور في القنوات الفضائية الأجنبية	ك	%
الأفلام الأجنبية	٦٦	٨٠,٥
الأخبار والبرامج الإخبارية	٦٣	٧٦,٨
البرامج الرياضية	٣٥	٤٢,٧
برامج المنوعات	٣٩	٣٧,٨
الأغاني	٣٠	٣٦,٦
الإعلانات	٢٧	٣٢,٩
المسلسلات	٢١	٢٥,٦
المواد والبرامج الثقافية	١٨	٢٢,٠
مواد أخرى	٤	٤,٩
جملة من سفلوا	٨٢	

## البحوث

توضح بيانات الجدول (٨) المواد التي يقبل الأفراد عينة الدراسة (مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية) على مشاهدتها على النحو التالي :

■ احتلت الأفلام الأجنبية الترتيب الأول بنسبة ٨٠,٥% من جملة من سئلوا ، تلتها بعد ذلك الأخبار والبرامج الإخبارية بنسبة ٧٦,٨%.

■ جاءت المواد والبرامج الرياضية في المركز الثالث بنسبة ٤٢,٧% ، ثم تلتها برامج المنوعات والأغاني بنسبة ٣٧,٨% للأولى و ٣٦,٦% للثانية.

■ يقبل مشاهدو القنوات الفضائية الأجنبية أيضاً على مشاهدة الإعلانات والمسلسلات والمواد والبرامج الثقافية ، بنسب متفاوتة . هذا بالإضافة إلى تفضيل المشاهدين متابعة بعض المواد الأخرى في القنوات الفضائية الأجنبية ، مثل : الحفلات والأفلام التسجيلية والسيرك العالى والبرامج الفنية المتنوعة.

ثانياً: التساؤلات الخاصة بقراءة الصحف:

■ ما مدى قراءة الصحف، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين القراءة والعوامل الديموجرافية؟  
■ ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود قراءة مشاهدى القنوات الفضائية للصحف:

جدول (٩) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة للصحف .

حدود قراءة مشاهدى القنوات الفضائية للصحف	ك	%
يقرأون الصحف دائماً	١٢٥	٦٢,٥
يقرأون الصحف أحياناً	٦٧	٣٣,٥
لا يقرأون الصحف	٠٨	٠٤,٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٩) حدود قراءة الأفراد عينة الدراسة للصحف على النحو التالي:

■ أن ٩٦% من الأفراد عينة الدراسة يقرأون الصحف، منهم من يقرأها بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ٦٢,٥% ممن إجمالى عينة الدراسة، ومنهم أيضاً من يقرأها في بعض الأحيان وقد بلغت نسبتهم

## البحوث

٣٣,٥% من إجمال عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع إحدى الدراسات<sup>(٢٦)</sup> التي أوضحت أن الصحف جاءت في مقدمة وسائل الاتصال ، التي يلجأ إليها الشباب بهدف الحصول على المعلومات؛ نظراً لأهميتها في توفير المعلومات والتحليلات وتوثيقها ومدى ما تمثله من مصداقية لديهم.

■ كذلك تتفق هذه النتيجة أيضاً مع نتيجة إحدى الدراسات<sup>(٢٧)</sup> ، التي أوضحت أن نسبة كبيرة من الأفراد يتعرضون للصحف المحلية في ضوء أنهم يعتمدون على الوسيلة المطبوعة للوصول إلى معلومات أكثر دقة ووضوحاً فيما يتعلق بالأحداث المحلية، وقد أكدت هذه الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على الصحف المحلية بصفة أساسية للحصول على الأخبار والمعلومات. وقد أوضحت دراسة أخرى<sup>(٢٨)</sup> أهمية التعرض للصحف كمصدر للمعلومات خاصة السياسية منها، حيث أوضحت هذه الدراسة أن هناك علاقة بين قراءة الصحف وارتفاع مستوى المعرفة السياسية عند الجمهور. وقد أشارت إحدى الدراسات<sup>(٢٩)</sup> أيضاً إلى أهمية الصحف وتفوقها على غيرها من الوسائل كمصدر أيضاً للمعلومات، حيث أوضحت أن هناك فروقاً في المعرفة بين من يعتمدون على الصحف كمصدر للمعلومات ، وغيرهم ممن يعتمدون على وسائل أخرى لصالح من يعتمدون على الصحف.

■ نسبة ٤% من الأفراد - عينة الدراسة - لا يقرأون الصحف، ويرجع عدم قراءتهم للصحف إلى أسباب متعددة ، منها:

- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٦٢,٥% من جملة من سئلوا.
- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ١٢,٥% من جملة من سئلوا.
- ضيق الوقت وكان ذلك بنسبة ٣٧,٥% من جملة من سئلوا.
- الاعتماد على النشرات الإخبارية في الوسائل المسموعة والمرئية ، والتي يتوافر بها عديد من التفاصيل ، والتي تشتمل أيضاً على عديد من تقارير المراسلين.
- وجود فروق في آنية حدوث الخبر وقت طبع الصحف ، يمسك الوسائل المسموعة والمرئية التي تنقل الأحداث فور وقوعها.

## البحرث

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين قراءة الصحف والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين قراءة الصحف والنوع:

جدول (١٠) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة الصحف والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى قراءة الصحف				
دائماً	٦١	٦٤	١٢٥	٦٢,٥
أحياناً	٣٦	٣١	٦٧	٣٣,٥
لا	٣	٥	٨	٤,٠
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت - ١,٢٤ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٩٠٢				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في مدى قراءتهم للصحف ، تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٠) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية، حيث إن هناك تقارباً بين الذكور والإناث في المتوسط الحسابي لقراءة الصحف كما يلي:

■ المتوسط الحسابي للذكور ١,٥٨.

■ المتوسط الحسابي للإناث ١,٥٩.

ومن هنا يتبين أن النسبة الكبرى من الذكور والإناث ، يقرأون الصحف بصفة دائمة أو في بعض الأحيان، وأن نسبة ضئيلة منهم أيضاً لا يقرأون الصحف ، ولا توجد فروق في ذلك أيضاً بين الذكور والإناث.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين قراءة الصحف والسن:

جدول (١١) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة الصحف والسن .

النوع	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ إلى ٤٥ سنة	أكثر من ٤٥ سنة	الإجمالي	%
مدى قراءة الصحف					
دائماً	٤٠	٥٤	٣١	١٢٥	٦٢,٥
أحياناً	٤١	١٧	٩	٦٧	٣٣,٥
لا	٧	١	-	٨	٤,٠
الإجمالي	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ١١,٩٢٠ ، درجتا الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٠					

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في مدى قراءتهم للصحف ، تم استخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (١١) عن وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ لصالح المجموعة الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) وكان المتوسط الحسابي لقراءة الصحف للفئات العمرية المختلفة كما يلي:

- أقل من ٣٠ سنة ١,٣٨.
- من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ١,٧٤.
- ٤٥ سنة فأكثر ١,٧٨.

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة ، تم عمل الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوى ، وتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين الفئة العمرية الأولى (أقل من ٣٠ سنة) والفئة العمرية الثانية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة)، وأن هناك أيضاً فروقاً دالة إحصائية بين الفئة العمرية الأولى والفئة العمرية الثالثة (٤٥ سنة فأكثر) لصالح الفئة الأكبر سناً. أما الفئة العمرية الثانية والثالثة فلم تظهر بينهما أية فروق دالة إحصائية. ويتبين ذلك من قيمة الفرق بين المتوسطين بين كل فئة عمرية وأخرى كما يلي:

- ٣٦ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثانية - مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
  - ٤٠ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثالثة - مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).
  - ٠,٠٤ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الثانية والثالثة - مستوى المعنوية ٠,٧١٦).
- ومن هنا يتبين لنا أن أفراد الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) يقرأون الصحف أكثر من الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة).

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين قراءة الصحف ومستوى التعليم:

جدول (١٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب قراءة الصحف ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	١٨	١٠٧	١٢٥	٦٢,٥
أحياناً	١٤	٥٣	٦٧	٣٣,٥
لا	٣	٥	٨	٠,٤
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت - ١,٥٩٩ ، د. ح ٤٤,٥٨٥ ؛ مستوى المعنوية ٠,١١٧				



## البحرث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم وقراءة الصحف تم استخدام اختبارات ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٢) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية، حيث إن معظم أفراد عينة الدراسة يقرأون الصحف بصفة دائمة أو في بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد في المستوى التعليمي أقل من الجامعي أم المستوى التعليمي جامعي فأكثر.

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف:

جدول (١٣) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءتهم للصحف.

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف	ك	%
أثرت المشاهدة على قراءة الصحف .	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على قراءة الصحف .	١٢٣	٦٤,١
الإجمالي	١٩٢	١٠٠

توضح بيانات الجدول (١٣) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف لدى

الأفراد - عينة الدراسة - ممن يقرأون الصحف على النحو التالي:

■ لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٦٤,١%، بينما أثرت المشاهدة على بعض من أفراد العينة بنسبة بلغت ٣٥,٩%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل قراءة الصحف لدى جميع أفراد العينة ، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على قراءتهم للصحف وعدمهم ٦٩ مفردة.

مسدى وجود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والنوع:

جدول (١٤) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
أثرت المشاهدة على القراءة	٣٢	٣٧	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على القراءة	٦٥	٥٨	١٢٣	٦٤,١
الإجمالي	٩٧	٩٥	١٩٢	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٧٤٠ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٣٩٠				

## البحوث

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والنوع ، تم استخدام كاً ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٤) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسّن:

جدول (١٥) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة والسّن .

السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ إلى ٤٥ سنة	من ٤٥ سنة فأكثر	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف					
أثرت المشاهدة على القراءة	٣٥	٢١	١٣	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على القراءة	٤٦	٥٠	٢٧	١٢٣	٦٤,١
الإجمالي	٨١	٧١	٤٠	١٩٢	١٠٠
قيمة كاً المحسوبة ٣,٣١٤ ، د. ح. ٢ ، مستوى معنوية ٠,١٩١					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسّن ، تم استخدام كاً ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٥) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسّن.

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف ومستوى التعليم :

جدول (١٦) : توزيع من يقرأون الصحف بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القراءة ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف				
أثرت المشاهدة على القراءة	١١	٥٨	٦٩	٣٥,٩
لم تؤثر المشاهدة على القراءة	٢١	١٠٢	١٢٣	٦٤,١
الإجمالي	٣٢	١٦٠	١٩٢	١٠٠
قيمة كاً المحسوبة ٠,٠٤١ ، د. ح. ١ ، مستوى المعنوية ٠,٨٤٠				

## البحوث

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف ومستوى التعليم تم استخدام ك<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٦) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف ومستوى التعليم.

ثالثاً: التساؤلات الخاصة بالاستماع إلى الراديو :

- ما مدى الاستماع إلى الراديو ، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الاستماع والعوامل الديموغرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموغرافية؟

حدود استماع مشاهدى القنوات الفضائية إلى الراديو :

جدول (١٧) : توزيع عينة الدراسة بحسب استماعهم إلى الراديو .

حدود استماع مشاهدى القنوات الفضائية إلى الراديو	%
يستمعون إلى الراديو دائماً	١٥
يستمعون إلى الراديو أحياناً	٥٩,٠
لا يستمعون إلى الراديو	٢٣,٥
الإجمالي	١٠٠

توضح بيانات الجدول (١٧) حدود استماع الأفراد - عينة الدراسة - إلى الراديو على النحو

التالى :

- أن ٦٦,٥% من الأفراد - عينة الدراسة - يستمعون إلى الراديو، منهم من يستمع إليه بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ٧,٥% من إجمالى عينة الدراسة، ومنهم أيضاً من يستمع إليه في بعض الأحيان وقد بلغت نسبتهم ٥٩% من إجمالى عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه إحدى الدراسات<sup>(٣٣)</sup> ، التي أوضحت ارتفاع نسبة الاستماع إلى الراديو المحلى بشكل غير منتظم أحياناً لتصل إلى ٥٩,٣%، وأكدت هذه الدراسة أيضاً أن دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية ، ومعرفة التوجه الرسمي للدولة تجاه الأحداث المحلية والدولية يأتى على رأس قائمة دوافع أفراد العينة للاستماع إلى الراديو المحلى بنسبة ٧٨,٤% إلى ذلك دافع الاستماع إلى الأغاني والموسيقى والمنوعات في المرتبة الثانية بنسبة ٣٠,٢% ، هذا بالإضافة إلى بعض الدوافع الأخرى مثل الاستماع إلى القرآن الكريم والبرامج الدينية وميز الراديو المحلى بالمصداقية والجديّة، هذا بينما تأتى دوافع التسلية والترفيه والاستئناس براديو السيارة والتعود في مراتب متأخرة بين دوافع الاستماع إلى الراديو المحلى .

## البحوث

■ نسبة ٣٣,٥% من الأفراد عينة الدراسة لا يستمعون إلى الراديو، ويرجع عدم استماعهم إلى الراديو لأسباب متعددة، منها:

- الاكتفاء بمشاهدة القنوات العربية، وكان ذلك بنسبة ٧٦,١% من جملة من سئلوا.
  - الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ١٩,٤% من جملة من سئلوا.
  - ضيق الوقت وكان ذلك بنسبة ٢٢,٤% من جملة من سئلوا.
- مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو والعوامل الديموجرافية:
- (١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو والنوع:
- جدول (١٨) : توزيع عينة الدراسة بحسب الاستماع إلى الراديو والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى الاستماع إلى الراديو				
دائماً	٩	٦	١٥	٧,٥
أحياناً	٦٥	٥٣	١١٨	٥٩,٠
لا	٢٩	٤١	٦٧	٣٣,٥
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت = ٢,١٩٠ ، د. ح. ١٩٧,٦٩٢ ، مستوى المعنوية ٠,٠٣٠				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في مدى استماعهم إلى الراديو تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (١٨) عن أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين الذكور والإناث عند مستوى معنوية ٠,٠٣٠، ويتبين أن الفروق لصالح الذكور حيث إن متوسطهم الحسابي بالنسبة للاستماع إلى الراديو كانت قيمته ٠,٨٣، بينما كان المتوسط الحسابي للإناث ٠,٦٥.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو والسن:

جدول (١٩) : توزيع عينة الدراسة بحسب الاستماع إلى الراديو والسن .

النوع	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالي	%
مدى الاستماع إلى الراديو					
دائماً	٣	٧	٥	١٥	٧,٥
أحياناً	٤٣	٤٥	٣٠	١١٨	٥٩,٠
لا	٤٢	٢٠	٥	٦٧	٣٣,٥
الإجمالي	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف = ٩,٦٥٢ ، درجة الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٠					

## المبحث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في مدى استماعهم إلى الراديو ، تم استخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (١٩) عن وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ لصالح الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) ، وكان المتوسط الحسابي للاستماع إلى الراديو للفئات العمرية المختلفة كما يلي:

■ أقل من ٣٠ سنة ٠,٥٦.

■ من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠,٨٢.

■ ٤٥ سنة فأكثر ١,٠٠.

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة ، تم عمل الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوى ، وتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين الفئة العمرية الأولى (أقل من ٣٠ سنة) والفئة العمرية الثانية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة)، وأن هناك أيضاً فروقاً دالة إحصائية بين الفئتان العمريتان الأولى والفئة العمرية الثالثة (٤٥ سنة فأكثر) لصالح الفئة الأكبر سناً. أما الفئتان العمريتان الثانية والثالثة فلم تظهر بينهما أية فروق دالة إحصائية ، وتبين ذلك من قيمة الفرق بين المتوسطين بين كل فئة عمرية وأخرى كما يلي:

● ٢٦ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثانية - مستوى المعنوية ٠,٠٠٤).

● ٤٤ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثالثة - مستوى المعنوية ٠,٠٠٠).

● ١٨ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الثانية والثالثة - مستوى المعنوية ٠,١٠٥).

ومن هنا ، يتبين لنا أن أفراد الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) يستمعون إلى الراديو أكثر من الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة).

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم:

جدول (٢٠) : توزيع عينة الدراسة بحسب الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم .

مدى الاستماع إلى الراديو	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	٢	١٣	١٥	٧,٥
أحياناً	١٩	٩٩	١١٨	٥٩,١
لا	١٤	٥٣	٦٧	٣٣,٥
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠

قيمة ت - ٠,٩٢٠ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٣٥٩.

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم والاستماع إلى الراديو ، تم استخدام اختبارات ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٠) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية ، حيث إن معظم أفراد عينة الدراسة يستمعون إلى الراديو بصفة دائمة أو في بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد في المستوى التعليمي أقل من الجامعي أم المستوى الجامعي فأكثر .

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو :

جدول (٢١) : توزيع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على استماعهم إلى الراديو .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو	ك	%
أثرت على الاستماع إلى الراديو	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر على الاستماع إلى الراديو	٧٦	٥٧,١
الإجمالي	١٣٣	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٢١) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو لدى الأفراد عينة الدراسة ، ممن يستمعون إلى الراديو على النحو التالي :

■ لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٥٧,١% ، بينما أثرت المشاهدة على بعض من أفراد العينة بنسبة بلغت ٤٢,٩% ، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل الاستماع إلى الراديو لدى جميع أفراد العينة ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على استماعهم إلى الراديو وعددهم ٥٧ مفردة .

مسدى وجود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والعوامل الدبوجرافية:

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والنوع :

## البحوث

جدول (٢٢) : توزيع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو				
أثرت المشاهدة على الاستماع	٢٧	٣٠	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر المشاهدة على الاستماع	٤٧	٢٩	٧٦	٥٧,١
الإجمالي	٧٤	٥٩	١٣٣	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ٢,٧٦٤ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٠٩٦				

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والنوع تم استخدام كاي<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٢) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والسن :

جدول (٢٣) : توزيع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع والسن .

السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ إلى ٤٥ سنة	٤٥ سنة وأكثر	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو					
أثرت المشاهدة على الاستماع	٢١	٢٢	١٤	٥٧	٤٢,٩
لم تؤثر المشاهدة على الاستماع	٢٥	٣٠	٢١	٧٦	٥٧,١
الإجمالي	٤٦	٥٢	٣٥	١٣٣	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٢٧٠ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٨٧٤					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قراءة الصحف والسن تم استخدام كاي<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٣) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو والسن.

### البحوث

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم :

جدول (٢٤) : توزيع من يستمعون إلى الراديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%	مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو
أثرت المشاهدة على الاستماع	١٠	٤٧	٥٧	٤٢,٩	
لم تؤثر المشاهدة على الاستماع	١١	٦٥	٧٦	٥٧,١	
الإجمالي	٢١	١١٢	١٣٣	١٠٠	
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٢٣١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٦٣٩					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم تم استخدام كاي<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٤) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الاستماع إلى الراديو ومستوى التعليم.

رابعاً : التساؤلات الخاصة بمشاهدة التلفزيون :

- ما مدى مشاهدة التلفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية؟

حدود مشاهدة مشاهدي القنوات الفضائية للتلفزيون:

جدول (٢٥) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدتهم للتلفزيون .

حدود مشاهدة مشاهدي القنوات الفضائية للتلفزيون	التكرارات	%
يشاهدون التلفزيون دائماً	٨٥	٤٢,٥
يشاهدون التلفزيون أحياناً	١٠٩	٥٤,٥
لا يشاهدون التلفزيون	٠٠٦	٠٣,٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠



## البحوث

توضح بيانات الجدول (٢٥) حلود مشاهدة الأفراد عينة الدراسة للتلفزيون على النحو التالي :

■ إن ٩٧% من الأفراد - عينة الدراسة - يشاهدون التلفزيون، منهم من يشاهدونه بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ٤٢,٥% من إجمال عينة الدراسة، ومنهم أيضاً من يشاهدونه في بعض الأحيان وقد بلغت نسبتهم ٥٤,٥% من إجمال عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه إحدى الدراسات<sup>(٣٤)</sup>، التي أوضحت أن نسبة ٨٣,١% - ممن يشاهدون القنوات الفضائية - يشاهدون التلفزيون أيضاً، وتؤكد بعض الدراسات<sup>(٣٥)</sup> الأخرى تعرض مشاهدي القنوات الفضائية للتلفزيون حتى وإن قلت نسبة التعرض له بالمقارنة بمشاهدة القنوات الفضائية. وهناك أيضاً إحدى الدراسات<sup>(٣٦)</sup> التي أوضحت أن دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية ومعرفة التوجه الرسمي للدولة - يأتي على رأس قائمة دوافع مشاهدة التلفزيون ، يليه في ذلك دافع مشاهدة الدراما العربية والأجنبية، ثم التسلية والترفيه وغيرها من الدوافع الأخرى التي تأتي في مراتب متأخرة بين دوافع مشاهدة التلفزيون.

■ إن نسبة ٣% من الأفراد عينة الدراسة لا يشاهدون التلفزيون، ويرجع عدم مشاهدتهم له لأسباب متعددة ، منها:

- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٥٠% من جملة من سئلوا. وقد أكدت إحدى الدراسات<sup>(٣٧)</sup> هذه النتيجة ، حيث أوضحت أن اكتفاء المبحوثين بالتعرض للقنوات التلفزيونية الدولية من أهم أسباب عدم تعرضهم للتلفزيون.
- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ٣٣,٣% من جملة من سئلوا.
- ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ١٦,٧% من جملة من سئلوا.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التلفزيون والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التلفزيون والنوع:

جدول (٢٦) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة التلفزيون والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى مشاهدة التلفزيون				
دائماً	٣٩	٤٦	٨٥	٤٢,٥
أحياناً	٥٩	٥٠	١٠٩	٥٤,٥
لا	٢	٤	٦	٣,٠
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة ت - ٠,٦٤٤ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٥٢٠

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في مدى مشاهدتهم للتلفزيون تم استخدام اختبار ت ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٦) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية، حيث إن هناك تقارباً بين الذكور والإناث في المتوسط الحسابي لمشاهدة التلفزيون ، كما يلي:

– المتوسط الحسابي للذكور ١,٣٧.

– المتوسط الحسابي للإناث ١,٤٢.

ومن هنا ، يتبين أن النسبة الكبرى من الذكور والإناث يشاهدون التلفزيون بصفة دائمة أو في بعض الأحيان، وأن نسبة ضئيلة منهم أيضاً لا يشاهدون التلفزيون ، ولا توجد فروق في ذلك بين الذكور والإناث.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التلفزيون والسن:

جدول (٢٧) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة التلفزيون والسن .

السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	٤١	٢٧	١٧	٨٥	٤٢,٥
أحياناً	٤٧	٤٠	٢٢	١٠٩	٥٤,٥
لا	–	٥	١	٦	٠٣,٠
الإجمالي	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة ف ١,٧٠٩ ، درجتا الحرية ٢، ١٩٧ ، مسعى المعنوية ٠,١٨٤

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في مدى مشاهدتهم للتلفزيون ، تم استخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (٢٧) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية، حيث إن هناك تقارباً بين الفئات العمرية المختلفة في المتوسط الحسابي لمشاهدة التلفزيون على النحو التالي :

■ أقل من ٣٠ سنة ١,٤٧.

■ من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ١,٣١.

■ ٤٥ سنة فأكثر ١,٤٠.

## البحوث

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة التلفزيون ومستوى التعليم:

جدول (٢٨) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة التلفزيون ومستوى التعليم .

مدى مشاهدة التلفزيون	مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	١٥	٧٠	٨٥	٤٢,٥	
أحياناً	١٩	٩٠	١٠٩	٥٤,٥	
لا	١	٥	٦	١٣,٠	
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠	
قيمة ت ٠,٠٥٩ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٩٥٣					

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم ومشاهدة التلفزيون تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٢٨) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المشاهدة ومستوى التعليم، حيث إن هناك تقارباً بين المستويات التعليمية في المتوسط الحسابي لمشاهدة التلفزيون ، على النحو التالي :

■ أقل من الجامعي ١,٤٠ .

■ جامعي فأكثر ١,٣٩ .

ومن هنا ، يتبين أن معظم أفراد العينة يشاهدون التلفزيون بصفة دائمة أو في بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد في المستوى التعليمي أقل من الجامعي أو المستوى الجامعي فأكثر .

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون:

جدول (٢٩) : توزيع من يشاهدون التلفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم

للتلفزيون .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون	ك	%
أثرت على مشاهدة التلفزيون	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر على مشاهدة التلفزيون	٤٠	٢٠,٦
الإجمالي	١٩٤	١٠٠

## البحوث

توضح بيانات الجدول (٢٩) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون لدى الأفراد - عينة الدراسة - ممن يشاهدون التلفزيون على النحو التالي :

■ أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون لدى الأفراد - عينة الدراسة - بنسبة ٧٩,٤%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل مشاهدة التلفزيون لدى جميع أفراد العينة من أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على مشاهدتهم للتلفزيون وعددهم ١٥٤ مفردة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات<sup>(٣٨)</sup>، التي أوضحت أن مشاهدة القنوات الفضائية يعتبر من ضمن الأسباب الرئيسية التي نتج عنها انخفاض في معدل مشاهدة القنوات التلفزيونية .

■ لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون لدى الأفراد - عينة الدراسة - بنسبة ٢٠,٦ من إجمالي عينة الدراسة ممن يشاهدون التلفزيون .

سدى وجود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون والعوامل الديموجرافية :

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون والنوع :

جدول (٣٠) : توزيع من يشاهدون التلفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للتلفزيون والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%	مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون
					أثرت القنوات الفضائية على التلفزيون
	٧٧	٧٧	١٥٤	٧٩,٤	أثرت القنوات الفضائية على التلفزيون
	٢١	١٩	٤٠	٢٠,٦	لم تؤثر القنوات الفضائية على التلفزيون
	٩٨	٩٦	١٩٤	١٠٠	الإجمالي
قيمة كاي <sup>٢</sup> احصوية ٠,٧٩، د. ح. ١، مستوى معنوية ٠,٧٧٨.					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة قنوات التلفزيون الوطنية والنوع، تم استخدام كاي<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٠) عن عدم وجود علاقة بين تأثير المشاهدة للقنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون والنوع.

## البحوث

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون والسن:  
جدول (٣١) : توزيع من يشاهدون التلفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم  
للتلفزيون والسن .

السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لـ ٤٥ سنة	٤٥ سنة وأكثر	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون					
أثرت القنوات الفضائية على التلفزيون	٦٩	٥٢	٣٣	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر القنوات الفضائية على التلفزيون	١٩	١٥	٦	٤٠	٢٠,٦
الإجمالي	٨٨	٦٧	٣٩	١٩٤	١٠٠
قيمة ك <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٨٣٢ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٦٦٠					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة قنوات التلفزيون الوطنية والسن ، تم استخدام ك<sup>٢</sup> ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣١) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون والسن.

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون ومستوى التعليم :

جدول (٣٢) : توزيع من يشاهدون التلفزيون بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم  
للتلفزيون ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي وأكثر	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون				
أثرت القنوات الفضائية على التلفزيون	٢٩	١٢٥	١٥٤	٧٩,٤
لم تؤثر القنوات الفضائية على التلفزيون	٥	٣٥	٤٠	٢٠,٦
الإجمالي	٣٤	١٦٠	١٩٤	١٠٠
قيمة ك <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٨٨١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٣٤٨				

## البحوث

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة قنوات التلفزيون الوطنية ومستوى التعليم، تم استخدام كآ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٢) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون ومستوى التعليم.

خامساً : العساوالات الخاصة بمشاهدة الفيديو :

- ما مدى مشاهدة الفيديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين المشاهدة والعوامل الديموجرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموجرافية ؟

حدود مشاهدة مشاهدى القنوات الفضائية للفيديو :

جدول (٣٣) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدتهم للفيديو .

حدود مشاهدة مشاهدى القنوات الفضائية للفيديو	ك	%
يشاهدون الفيديو دائماً	١٩	٩,٥
يشاهدون الفيديو أحياناً	١٣٤	٦٧,٠
لا يشاهدون الفيديو	٤٧	٢٣,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٣٣) حدود مشاهدة الأفراد عينة الدراسة للفيديو على النحو التالى :

- أن ٦٧,٥% من الأفراد - عينة الدراسة - يشاهدون بعض المواد على الفيديو كاسيت، منهم من يشاهدونه بصورة دائمة ، وقد بلغت نسبتهم ٩,٥% من إجمالى عينة الدراسة ومنهم أيضاً من يشاهدونه فى بعض الأحيان ، وقد بلغت نسبتهم ٦٧% من إجمالى عينة الدراسة .
- أن نسبة ٢٣,٥% من الأفراد - عينة الدراسة - لا يشاهدون الفيديو، ويرجع عدم مشاهدتهم له للأسباب التالية:

- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية المرئية، وكان ذلك بنسبة ٦٣,٨% من جملة من سئلوا.
- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ٢٩,٨% من جملة من سئلوا.
- ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ٤,٣% من جملة من سئلوا.

## البحرث

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو والعوامل الديموجرافية :

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو والنوع :

جدول (٣٤) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة الفيديو والنوع .

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى مشاهدة الفيديو				
دائماً	١٠	٩	١٩	٩,٥
أحياناً	٦٨	٦٦	١٣٤	٦٧,٠
لا	٢٢	٢٥	٤٧	٢٣,٥
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت ٠,٥٠٥ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٠١٤				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في مدى مشاهدتهم للفيديو ، تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٤) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث، حيث إن هناك تقارباً بين الذكور والإناث في المتوسط الحسابي لمشاهدة الفيديو كما يلي:

■ المتوسط الحسابي للذكور ٠,٨٨ .

■ المتوسط الحسابي للإناث ٠,٨٤ .

ويتبين مما سبق أن النسبة الكبرى من الذكور والإناث يشاهدون الفيديو بصفة دائمة أو في بعض الأحيان، وأن نسبة ضئيلة منهم أيضاً لا يشاهدون الفيديو ، ولا توجد في ذلك فروق بين الذكور والإناث.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو والسن:

جدول (٣٥) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة الفيديو والسن .

السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ إلى ٤٥ من	٤٥ سنة وأكثر	الإجمالي	%
مدى مشاهدة الفيديو					
دائماً	١١	٥	٣	١٩	٩,٥
أحياناً	٥٨	٥٠	٢٦	١٣٤	٦٧,٠
لا	١٩	١٧	١١	٤٧	٢٣,٥
الإجمالي	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ٠,٠٦٥ ، درجة الحرية ٢، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٥٢٣					

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في مدى مشاهدتهم للفيديو تم استخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (٣٥) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية، حيث إن هناك تقارباً بين الفئات العمرية المختلفة في المتوسط الحسابي لمشاهدتهم للفيديو على النحو التالي :

■ أقل من ٣٠ سنة ٠٠,٩١

■ من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠٠,٨٣

■ ٤٥ سنة فأكثر ٠٠,٨٠

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم:

جدول (٣٦) : توزيع عينة الدراسة بحسب مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم .

مدى مشاهدة الفيديو	مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	٥	١٤	١٩	٩,٥	
أحياناً	٢١	١١٣	١٣٤	٦٧,٠	
لا	٩	٣٨	٤٧	٢٣,٥	
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠	
قيمة ت ٠,٢٩٩ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٧٦٥					

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم ومشاهدة الفيديو تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٦) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية، حيث إن هناك تقارباً بين المستويات التعليمية في المتوسط الحسابي لمشاهدتهم للفيديو على النحو التالي:

■ أقل من الجامعي ٠٠,٨٩

■ جامعي فأكثر ٠٠,٨٥

ومن هنا يتبين أن معظم أفراد العينة يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، أو في بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد في المستوى التعليمي أقل من الجامعي أو المستوى الجامعي فأكثر .



## البحوث

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو :

جدول (٣٧): توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو.

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	ك	%
أثرت على مشاهدة الفيديو	١١١	٧٢,٥
لم تؤثر على مشاهدة الفيديو	٤٢	٢٧,٥
الإجمالي	١٥٣	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٣٧) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو لدى الأفراد عينة الدراسة ممن يشاهدون الفيديو على النحو التالي :

■ أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو لدى الأفراد - عينة الدراسة - بنسبة ٧٢,٥%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل مشاهدة الفيديو لدى جميع أفراد العينة، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو وعددهم ١١١ مفردة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه إحدى الدراسات<sup>(٣٦)</sup> التي أوضحت أن مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على السمع للفيديو بنسبة ٦٥,٦%، كذلك أوضحت هذه الدراسة نوع تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على التمرس للفيديو وعرجت بنتيجة مفادها : أن الباحثين - عينة الدراسة - قلت مشاهدتهم للفيديو.

■ لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٢٧,٥% من إجمالي عينة الدراسة ممن يشاهدون الفيديو.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والنوع:

جدول (٣٨): توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو والنوع.

النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو				
أثرت القنوات الفضائية على الفيديو	٥٦	٥٥	١١١	٧٢,٥
لم تؤثر القنوات الفضائية على الفيديو	٢٢	٢٠	٤٢	٢٧,٥
الإجمالي	٧٨	٧٥	١٥٣	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٠٤٥ ، د. ح. ١ ، مستوى المعنوية ٠,٨٣١				

## البحرث

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والنوع تم استخدام كاً، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٨) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والسن: جدول (٣٩) : توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو

والسن .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لـ ٤٥	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على الفيديو	٤٩	٣٦	٢٦	١١١	٧٢,٥	
لم تؤثر القنوات الفضائية على الفيديو	٢٠	١٩	٣	٤٢	٢٧,٥	
الإجمالي	٦٩	٥٥	٢٩	١٥٣	١٠٠	
قيمة كاً المحسوبة ٥,٧٣٣ ، د. ح. ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٠٥٧						

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والسن تم استخدام كاً، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٣٩) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو والسن .

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم :

جدول (٤٠) : توزيع من يشاهدون الفيديو بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدتهم للفيديو ومستوى التعليم .

مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو	مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على الفيديو	١٦	٩٥	١١١	٧٢,٥	
لم تؤثر القنوات الفضائية على الفيديو	١٠	٣٢	٤٢	٢٧,٥	
الإجمالي	٢٦	١٢٧	١٥٣	١٠٠	
قيمة كاً المحسوبة ١,٩٠٧ ، د. ح. ١ ، مستوى المعنوية ٠,١٦٧					

## البحوث

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم تم استخدام ك<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٠) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة الفيديو ومستوى التعليم.

سادساً: التساؤلات الخاصة بالذهاب إلى السينما:

- ما مدى الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموغرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموغرافية؟
- حدود ذهاب مشاهدي القنوات الفضائية للسينما:

جدول (٤١) : توزيع عينة الدراسة بحسب ذهابهم إلى السينما .

حدود ذهاب مشاهدي القنوات الفضائية إلى السينما	ك	%
يذهبون إلى السينما دائماً	٢٢	١١,٠٠
يذهبون إلى السينما أحياناً	١٢٥	٦٢,٥
لا يذهبون إلى السينما	٥٣	٢٦,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٤١) حدود ذهاب الأفراد عينة الدراسة إلى السينما على النحو التالي:

- أن ٦٢,٥% من الأفراد - عينة الدراسة - يذهبون إلى السينما، منهم من يذهب إليها بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم ١١% من إجمالي عينة الدراسة ، ومنهم أيضاً من يذهب إليها في بعض الأحيان وقد بلغت نسبتهم ٦٢,٥% من إجمالي عينة الدراسة.
- أن نسبة ٢٦,٥% من الأفراد - عينة الدراسة - لا يذهبون إلى السينما، ويرجع عدم ذهابهم إليها للأسباب التالية:

- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٦٦,٠% من جملة من سئلوا.
- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ٣٤% من جملة من سئلوا.
- ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ٢٠,٨% من جملة من سئلوا.

## البحوث

○ ارتفاع أسعار تذاكر السينما، وعدم ملائمة دور العرض للعائلات، وكان ذلك بنسبة ٣,٨% من جملة من سئلوا.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما والعوامل الديموجرافية:

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما والنوع:

جدول (٤٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى السينما والنوع .

النوع	الذهاب إلى السينما	الذكور	الإناث	الإجمالي	%
دائماً	١٠	١٢	٢٢	١١,٠٠	
أحياناً	٥٧	٦٨	١٢٥	٦٢,٥	
لا	٣٣	٢٠	٥٣	٢٦,٥	
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	
قيمة ت - ١,٧٩٦ ، د. ح ٣٤٠ و ١٩٦ ، مستوى المعنوية ٠,٠٧٤					

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في مدى ذهابهم إلى السينما تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٢) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذهاب إلى السينما والنوع، حيث إن النسبة الكبرى من الذكور والإناث ينهبون إلى السينما إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما والسن:

جدول (٤٣) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب للسينما والسن .

السن	الذهاب إلى السينما	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لـ ٤٥ سنة	أكثر من ٤٥ سنة	الإجمالي	%
دائماً	١٩	٣	—	٢٢	١١,٠٠	
أحياناً	٥٨	٤٥	٢٢	١٢٥	٦٢,٥	
لا	١١	٢٤	١٨	٥٣	٢٦,٥	
الإجمالي	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠	
قيمة ف ١٦,٦٤٥ ، درجتا الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٠						

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في مدى ذهابهم إلى السينما تم استخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (٤٢) عن وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ لصالح الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة).

وكان المتوسط الحسابي للذهاب إلى السينما للفئات العمرية المختلفة كما يلي :

■ أقل من ٣٠ سنة ١,٠٩ .

■ من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ١,٧١ .

■ ٤٥ سنة فأكثر ١,٥٥ .

ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة تم عمل الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي ، وتبين أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين الفئة العمرية الأولى (أقل من ٣٠ سنة) والفئتان العمريتان الثانية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة) وأن هناك أيضاً فروقاً دالة إحصائية ، بين الفئة العمرية الأولى وبين الفئة العمرية الثالثة (٤٥ سنة فأكثر لصالح الفئة الأصغر سناً. أما الفئتان العمريتان الثانية والثالثة فلم تظهر بينهما أية فروق دالة إحصائية ويتبين ذلك من قيمة الفرق بين المتوسطين بين كل فئة عمرية وأخرى كما يلي:

■ ٠,٣٨ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثانية - مستوى المعنوية ٠,٠٠١).

■ ٠,٥٤ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الأولى والثالثة - مستوى المعنوية ٠,٠٠١).

■ ٠,١٦ (قيمة الفرق بين المتوسطين للفئة العمرية الثانية والثالثة - مستوى المعنوية ٠,١٤٧).

ومن هنا يتبين لنا أن أفراد الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة) يذهبون إلى السينما أكثر من الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر).

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم:

جدول (٤٤) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%	مدى الذهاب إلى السينما
دائماً	٥	١٧	٢٢	١١,٠٠	
أحياناً	١٥	١١٠	١٢٥	٦٢,٥	
لا	١٥	٣٨	٥٣	٢٦,٥	
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠	
قيمة ت - ١,٢٤٠ ، د. ح ٤٣,٥٧٨ ، مستوى المعنوية ٠,٢٢٢					

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم والذهاب إلى السينما ، تم استخدام اختبارات ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٤) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية ، حيث إن هناك تقارباً إلى حد ما بين المستويات التعليمية في المتوسط الحسابي للذهاب إلى السينما على النحو التالي :

■ أقل من الجامعى ٠,٧١ .

■ جامعى فأكثر ٠,٨٧ .

ومن هنا ، يتبين أن معظم أفراد العينة يذهبون إلى السينما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان ، سواء كان ذلك بين الأفراد في المستوى التعليمى أقل من الجامعى والمستوى الجامعى فأكثر .

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما :

جدول (٤٥) : توزيع من يذهبون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما	التكرارات	%
أثرت على الذهاب إلى السينما	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر على الذهاب إلى السينما	٨٥	٥٧,٨
الإجمالي	١٤٧	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٤٥) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما لدى الأفراد - عينة الدراسة - ممن يذهبون إلى السينما على النحو التالي :

■ لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٥٧,٨ % من إجمالى عينة الدراسة .

■ أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما لدى الأفراد - عينة الدراسة - بنسبة ٤٢,٢ %، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل الذهاب إلى السينما لدى جميع أفراد العينة ، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما وعددهم ٦٢ مفردة .

## البحوث

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع :

جدول (٤٦) : توزيع من يذهبون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع .

النوع	مدي تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما	ذكور	إناث	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على السينما		٣٠	٣٢	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر القنوات الفضائية على السينما		٣٧	٤٨	٨٥	٥٧,٨
الإجمالي		٦٧	٨٠	١٤٧	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٣٤١ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٥٥٩					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع تم استخدام كاي<sup>٢</sup> ، وقد أسفر تطبيق هذا الاعتبار على بيانات الجدول (٤٦) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن :

جدول (٤٧) : توزيع من يذهبون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما والسن

السن	مدي تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة وأكثر	الإجمالي	%
أثرت القنوات الفضائية على السينما		٢٤	٢٢	١٦	٦٢	٤٢,٢
لم تؤثر القنوات الفضائية على السينما		٥٣	٢٦	٦	٨٥	٥٧,٨
الإجمالي		٧٧	٤٨	٢٢	١٤٧	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ١٢,٥٠٨ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٠٠٢ ، معامل التوافق ٠,٢٨٠						

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن تم استخدام كاي<sup>٢</sup> ، وقد أسفر تطبيق هذا الاعتبار على بيانات الجدول (٤٧) عن وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن، حيث إن نسبة كبيرة من كبار السن (٤٥)

## البحوث

سنة فأكثر) قالوا : إن مشاهدتهم للقنوات الفضائية أثرت على ذهابهم إلى السينما (١٦ مفردة من إجمالي ٢٢ مفردة) ، وكان ذلك بنسبة ٧٢,٧%، بينما نجد أن نسبة أقل من صغار السن (أقل من ٣٠ سنة) قالوا : إن مشاهدتهم للقنوات الفضائية أثرت على ذهابهم إلى السينما (٢٢ مفردة من إجمالي ٧٧ مفردة) وكان ذلك بنسبة ٣١,٢%.

ولقياس شدة العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما والسن ، تم استخدام معامل التوافق وقد تبين ضعف هذه العلاقة ؛ حيث بلغت قيمة هذا المعامل ٠,٢٨٠ .

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم :

جدول (٤٨) : توزيع من يلهون إلى السينما بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى السينما ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%	مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما
أثرت القنوات الفضائية على السينما	٦	٥٦	٦٢	٤٢,٢	
لم تؤثر القنوات الفضائية على السينما	١٤	٧١	٨٥	٥٧,٨	
الإجمالي	٢٠	١٢٧	١٤٧	١٠٠	
قيمة كاي <sup>٢</sup> المحسوبة ١,٤٠٧ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٢٣٥					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم تم استخدام كاي<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٤٨) عن عدم علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى السينما ومستوى التعليم.

سابعاً: التساؤلات الخاصة بالذهاب إلى المسرح:

- ما مدى الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين الذهاب والعوامل الديموغرافية؟
- ما حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح، وهل توجد علاقة أو اختلاف بين هذا التأثير والعوامل الديموغرافية؟



## البحوث

حدود ذهاب مشاهدي القنوات الفضائية إلى المسرح:

جدول (٤٩) : توزيع عينة الدراسة بحسب ذهابهم إلى المسرح .

حدود ذهاب مشاهدي القنوات الفضائية للمسرح	ك	%
يلهبون إلى المسرح دائماً	٤	٢
يلهبون إلى المسرح أحياناً	٩٦	٤٨
لا يلهبون إلى المسرح	١٠٠	٥٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٤٩) حدود ذهاب الأفراد عينة الدراسة إلى المسرح على النحو التالي :

- أن نسبة ٥٠,٠ من الأفراد عينة الدراسة يلهبون إلى المسرح، منهم من يذهب إليه بصفة دائمة ، وقد بلغت نسبتهم ٢% من إجمالي عينة الدراسة ، ومنهم أيضاً من يذهب إليه في بعض الأحيان ، وقد بلغت نسبتهم ٤٨% من إجمالي عينة الدراسة.
- أن نسبة ٥٠% من الأفراد عينة الدراسة لا يلهبون إلى المسرح، ويرجع عدم ذهابهم إليه للأسباب التالية:

- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية، وكان ذلك بنسبة ٤٥% من جملة من سئلوا.
- الاكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، وكان ذلك بنسبة ١٩%.
- ارتفاع أسعار التذاكر ، وكان ذلك بنسبة ٢٩%.
- ضيق الوقت لدى الأفراد عينة الدراسة، وكان ذلك بنسبة ١٤% من جملة من سئلوا.
- إن المسرح غير جاد وغير مناسب، وكان ذلك بنسبة ٢٠% من جملة من سئلوا. هذا بالإضافة إلى صعوبة الذهاب إلى المسرح في غالبية الأحيان.

مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح والعوامل الديموجرافية :

(١) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح والنوع :

جدول (٥٠) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى المسرح والنوع .

مدى الذهاب إلى المسرح	النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
دائماً	٢	٢	٢	٤	٢
أحياناً	٤٣	٥٣	٩٦	٩٦	٤٨
لا	٥٥	٤٥	١٠٠	١٠٠	٥٠
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة ت - ١,٣١٣ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,١٩١ .

## البحوث

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الذكور والإناث في مدى ذهابهم إلى المسرح تم استخدام اختبار ت، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٠) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذهاب إلى المسرح والنوع، حيث إن هناك تقارباً بين معدلات الذهاب إلى المسرح - بصفة دائمة أو في بعض الأحيان - بين الذكور والإناث، كما أن هناك تقارباً أيضاً بينهم في معدل عدم الذهاب إلى المسرح.

(٢) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح والسن:

جدول (٥١) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى المسرح والسن .

السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة	٤٥ سنة فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	٢	٢	-	٤	٢
أحياناً	٤٢	٣٢	٢٢	٩٦	٤٨
لا	٤٤	٣٨	١٨	١٠٠	٥٠
الإجمالي	٨٨	٧٢	٤٠	٢٠٠	١٠٠
قيمة ف ٠,١١١ ، درجة الحرية ٢ ، ١٩٧ ، مستوى المعنوية ٠,٨٩٥					

ولتوضيح مدى الاختلاف بين الفئات العمرية المختلفة في مدى ذهابهم إلى المسرح تم استخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way ANOVA ، وقد أسفر تطبيق هذا التحليل على بيانات الجدول (٥١) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذهاب إلى المسرح والسن ؛ حيث إن هناك تقارباً بين الفئات العمرية المختلفة في المتوسط الحسابي لذهابهم إلى المسرح على النحو التالي:

■ أقل من ٣٠ سنة ٠,٥٢ .

■ من ٣٠ لأقل من ٤٥ سنة ٠,٥٠ .

■ ٤٥ سنة فأكثر ٠,٥٥ .

### البحوث

(٣) مدى وجود علاقة أو اختلاف بين الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم:

جدول (٥٢) : توزيع عينة الدراسة بحسب الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%
دائماً	-	٤	٤	٢
أحياناً	١٥	٨١	٩٦	٤٨
لا	٢٠	٨٠	١٠٠	٥٠
الإجمالي	٣٥	١٦٥	٢٠٠	١٠٠
قيمة ت - ١,١٠٤ ، د. ح ١٩٨ ، مستوى المعنوية ٠,٢٧١				

ولتوضيح مدى الاختلاف بين مستوى التعليم والذهاب إلى المسرح تم استخدام اختبارات ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٢) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم، حيث إن هناك تقارباً إلى حد ما بين المستويات التعليمية في المتوسط الحسابي للذهاب إلى المسرح على النحو التالي :

■ أقل من الجامعي ٠,٤٣ .

■ جامعي فأكثر ٠,٥٤ .

حدود تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح:

جدول (٥٣) : توزيع من يلعبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى

المسرح .

تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح	ك	%
أثرت على الذهاب إلى المسرح	٣٧	٣٧
لم تؤثر على الذهاب إلى المسرح	٦٣	٦٣
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول (٥٣) مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح لدى الأفراد عينة الدراسة ، ممن يلعبون إلى المسرح على النحو التالي :

■ لم تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح لدى الأفراد - عينة الدراسة - بنسبة ٦٣ % من إجمالي عينة الدراسة .

## البحوث

■ أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة ٣٧%، ونتج عن هذا التأثير انخفاض معدل الذهاب إلى المسرح لدى جميع أفراد العينة، ممن أثرت مشاهدتهم للقنوات الفضائية على ذهابهم إلى المسرح وعندهم ٣٧ مفردة.

(١) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع : جدول (٥٤) : توزيع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى

المسرح والنوع .				
النوع	ذكور	إناث	الإجمالي	%
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح				
أثرت القنوات الفضائية على المسرح	١٤	٢٣	٣٧	٣٧,٠
لم تؤثر القنوات الفضائية على المسرح	٣١	٣٢	٦٣	٦٣,٠
الإجمالي	٤٥	٥٥	١٠٠	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> الحسوبة ١,٢١٧ ، د. ح ١ ، مستوى المعنوية ٠,٢٧٠				

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع، تم استخدام كاي<sup>٢</sup>، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٤) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والنوع.

(٢) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والسن: جدول (٥٥) : توزيع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى

المسرح والسن .				
السن	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠ لـ ٤٥ سنة	٤٥ سنة وأكثر	الإجمالي
مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح				
أثرت القنوات الفضائية على المسرح	١٧	١٢	٨	٣٧
لم تؤثر القنوات الفضائية على المسرح	٢٧	٢٢	١٤	٦٣
الإجمالي	٤٤	٣٤	٢٢	١٠٠
قيمة كاي <sup>٢</sup> الحسوبة ٠,٠٩٧ ، د. ح ٢ ، مستوى المعنوية ٠,٩٥٣				

## البحوث

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والسـن تم استخدام كاً<sup>٢</sup> وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٥) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح والسـن.

(٣) مدى العلاقة أو الاختلاف بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم :

جدول (٥٦) : توزيع من يذهبون إلى المسرح بحسب تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على ذهابهم إلى المسرح ومستوى التعليم .

مستوى التعليم	أقل من الجامعي	جامعي فأكثر	الإجمالي	%	مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح
أثرت القنوات الفضائية على المسرح	٥	٣٢	٣٧	٣٧,٠٠	
لم تؤثر القنوات الفضائية على المسرح	١٠	٥٣	٦٣	٦٣,٠٠	
الإجمالي	١٥	٨٥	١٠٠	١٠٠	
قيمة كاً <sup>٢</sup> المحسوبة ٠,١٠٢ ، د. ح ١ ، مستوى المحسوبة ٠,٧٥٠					

ولتوضيح العلاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم تم استخدام كاً<sup>٢</sup> ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على بيانات الجدول (٥٦) عن عدم وجود علاقة بين تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الذهاب إلى المسرح ومستوى التعليم.

## الاستخلاصات العامة للبحث ومناقشة أهم النتائج:

### أولاً: العرض للقنوات الفضائية:

- يشاهد الأفراد عينة الدراسة القنوات الفضائية العربية والأجنبية، وقد احتلت بعض المواد المراتب الأولى من حيث معدلات مشاهدة الجمهور لها ، على النحو التالي :
- الأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية.
- الأخبار والبرامج الإخبارية.
- الأغاني والمنوعات.
- هناك عدة أسباب تدفع الجمهور إلى مشاهدة القنوات الفضائية ، وهي:
- تقديم الأفلام والمسلسلات الجديدة.

## البحوث

- التغطية الإخبارية المتميزة ، ونقل الأحداث لحظة وقوعها.
- تقدم الأغاني والمنوعات الجديدة والمتميزة.
- الجراءة والتعمق في مناقشة الموضوعات المختلفة.
- الابتكار والتنوع في أساليب تناول الموضوعات.

ومن هنا يتبين أن الجمهور يقبل على مشاهدة القنوات الفضائية التي تقدم له المواد الجديدة التي تلقت انتباهه ، والتي تتميز بالتنوع والجودة والمعالجة المتعمقة لمختلف الموضوعات ؛ فالجمهور في عصر السموات المفتوحة يبحث عن التنوع والابتكار والحداثة وعناصر الجذب المختلفة في المواد التي تقدم له؛ حيث يتميز التنوع في الكيف والكَم من العوامل التي تجذب المشاهدين في القنوات الفضائية.

### ثانياً: العرض لوسائل الاتصال الوطنية:

- ٩٦% من الأفراد عينة الدراسة ، يقرأون الصحف إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان ، وتعتبر الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) من أكثر الأفراد الذين يقرأون الصحف.
- ٦٦,٥% من الأفراد عينة الدراسة ، يستمعون إلى الراديو إما بصفة دائمة ، أو في بعض الأحيان ، وتعتبر الفئة العمرية الأكبر سناً (٤٥ سنة فأكثر) من أكثر الأفراد الذين يستمعون إلى الراديو.
- ٩٧% من الأفراد عينة الدراسة ، يشاهدون التلفزيون إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان.
- ٧٦,٥% من الأفراد عينة الدراسة ، يشاهدون الفيديو إما بصفة دائمة أو في بعض الأحيان.
- ٧٣,٥% من الأفراد عينة الدراسة ينهبون إلى السينما ، وتعتبر الفئة العمرية الأصغر سناً (أقل من ٣٠ سنة) من أكثر الأفراد الذين ينهبون إلى السينما .
- ٥٠% من الأفراد عينة الدراسة ينهبون إلى المسرح.
- هناك عدة أسباب تدفع الأفراد عينة الدراسة ، للاستمرار في تعاملهم مع وسائل الاتصال الوطنية ، على الرغم من تعدد البدائل المتاحة أمامهم من القنوات الفضائية . ومن أهم هذه الأسباب ما يلي:
- الحصول على معلومات أكثر دقة ووضوحاً عن كافة الأحداث المحلية، حيث تعتبر وسائل الاتصال الوطنية مصادر مهمة للمعلومات والأخبار.

- الاعتماد على وسائل الاتصال الوطنية أثناء الأزمات ، حيث تأتي هذه الوسائل في مقدمة المصادر الإعلامية التي يلجأ إليها الجمهور ، لتعرف وجهات نظرها بشأن الأزمات ، وهذا

## البحوث

ما أكدته بعض الدراسات<sup>(١٠)</sup> التي أشارت إلى تفوق الصحافة والراديو والتلفزيون كمصادر يعتمد عليها الجمهور أثناء الأزمات.

- الاعتماد على وسائل الاتصال الوطنية للحصول على المعلومات عن القضايا المجتمعية.
- مشاهدة المباريات غير الملائمة على الفضائيات.

ومن هنا ، يتبين أن هناك قدرًا كبيرًا من الاستمرارية لدى الأفراد عينة الدراسة ، بالنسبة لتعاملهم مع وسائل الاتصال الوطنية ؛ حيث تعتبر هذه الوسائل من أهم المصادر التي يحصل من خلالها الأفراد على المعلومات والأخبار عن الأحداث المحلية، وقد أوضحت إحدى الدراسات<sup>(١١)</sup> أن دافع مراقبة البيئة المحلية ، ومعرفة التوجه الرسمي للدولة تجاه الأحداث المحلية والدولية يأتي على رأس قائمة دوافع أفراد العينة للاستماع إلى الراديو ومشاهدة التلفزيون .. كذلك أكدت هذه الدراسة أهمية الصحف الوطنية أيضاً كمصدر للمعلومات والأخبار.

- وأيضاً ، هناك عديد من الدوافع لاستخدام الفيديو ، من أهمها : رغبة المبحوثين في تسجيل بعض المواد المفضلة لديهم لمشاهدتها مرة أخرى في الأوقات الملائمة لهم . أما عن السينما فإن المبحوثين يذهبون إليها من أجل متعة الخروج من المنزل ، ومن باب الترفيه والترفيه، وكذلك يذهب الأفراد إلى المسرح لمتعة مشاهدة الحية للأحداث الدرامية داخل المسرح.
- وهكذا يتضح وجود تأثير لمشاهدة القنوات الفضائية على التعامل مع وسائل الاتصال الوطنية ، ولكن هذا التأثير لم يبلغ علاقة الأفراد عينة الدراسة بهذه الوسائل .

### ثالثاً : تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية :

- ١- أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية، حيث انخفضت معدلات قراءة الصحف والاستماع إلى الراديو ومشاهدة التلفزيون والذهاب إلى السينما والمسرح.
- ٢- تفاوتت نسبة تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على جمهور وسائل الاتصال الوطنية ، على النحو التالي :

- أثرت الفضائيات على مشاهدة التلفزيون لدى ٧٩,٤% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على مشاهدة الفيديو لدى ٧٢,٥% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على الاستماع إلى الراديو لدى ٤٢,٩% من المبحوثين.

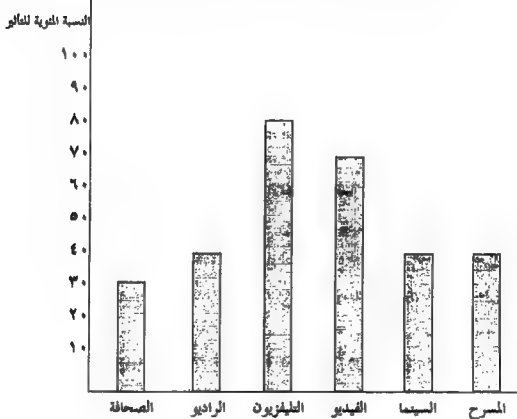
## البحوث

- أثرت الفضائيات على الذهاب إلى السينما لدى ٤٢,٢% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على الذهاب إلى المسرح لدى ٣٧% من المبحوثين.
- أثرت الفضائيات على قراءة الصحف لدى ٣٥,٩% من المبحوثين.

ويتضح مما سبق ، أن التليفزيون والفيديو من أكثر الوسائل التي تأثرت بمشاهدة القنوات الفضائية، بينما تعتبر الصحف من أقل الوسائل التي تأثرت بهذه المشاهدة، حيث إن الصحافة المطبوعة تمتاز بمرونة، سواء في أشكال القراءة أم في توقيتها ، ولا تزال الصحافة المطبوعة تتمتع بمزايا خاصة تنفرد بها حتى في عصر الصحافة الإلكترونية، ولغذا الأسباب لا يمكن أن يستغنى الجمهور عن قراءة الصحف أيا كانت المنافسة والتحديات في عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

ويوضح الشكل التالي (١) تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال.

شكل (١) : تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال .





وعلى الرغم من تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على وسائل الاتصال الوطنية ، إلا أن نتائج هذه الدراسة تعكس مدى قوة العلاقة التي تنشأ بين الوسيلة وجمهورها ، بحيث يصعب أن تصرف وسيلة جديدة الجمهور كالية عن وسيلة أخرى تشبع احتياجاته ، هذا إلى جانب اختلاف ما تقدمه كل وسيلة من مواد و فقرات. وهناك عديد من الكتابات والدراسات<sup>(١٦)</sup> التي تؤكد هذه النتيجة ؛ فمن المعروف أن الراديو حينما ظهر لم ينجح في القضاء على الصحافة، بل كيفت الصحافة نفسها لمواجهة ظهور الراديو، كذلك حينما ظهر التلفزيون بعد الحرب العالمية الثانية كيفت الصحافة نفسها مرة أخرى، وفي الوقت نفسه لم يستطع التلفزيون أن يحل محل الصحف ، ولم ينجح في التأثير على المجالات الراقية أو المجالات السياسية التي تضعف توزيعها منذ ظهور التلفزيون. ومنذ عقد الثمانينات ومع ظهور وسائل الاتصال الجديدة التي تم إنتاجها وتطويرها مثل : أجهزة الكمبيوتر التي أصبحت متواجدة في كل بيت تقريباً ظهرت إلى الوجود الصحافة الإلكترونية . وعلى الرغم من ظهورها ، فإن الجمهور لا يمكن أن يستغنى عن الصحافة المطبوعة التي كانت ولا تزال ضرورية لسد حاجة الناس إلى المعرفة والمعلومات. وحينما ظهر الفيديو لم يقض على التلفزيون، حيث ظلت الجماهير تشاهد التلفزيون سواء كان ذلك بصفة منتظمة أم من وقت لآخر ؛ من أجل متابعة بعض البرامج المفضلة والمتميزة ، حيث يزخر التلفزيون المصري بتقديم نوعيات كثيرة من البرامج والفقرات التي تختلف من حيث الشكل والمضمون ، والتي تبث عبر قنواته المختلفة. وبعد ظهور الفيديو أيضاً لم يتمتع الناس عن الذهاب إلى السينما والمسرح أيضاً. وهكذا .. فإن الجمهور يتعرض للوسيلة التي تشبع احتياجاته، ولذلك فإن مدخل الاستعدادات والإشباع<sup>(١٧)</sup> يهتم بأسباب اختيار الجمهور متابعة وسيلة معينة بصفة عامة ، وكذلك أسباب اختيار أفراد الجمهور لقنوات وسائل اتصال ومحتواها بصفة خاصة. ومن هنا ، فإن هذا المدخل ينظر إلى الجمهور على أنه جمهور نشط وإيجابي يسعى إلى إشباع احتياجاته.

### توصيات الدراسة :

في ظل عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، وفي ظل التحديات التي تواجه وسائل الاتصال الوطنية نتيجة لتدفق المضمون المثير والمتنوع والجذاب من خلال ما تبثه القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، تنبع توصيات هذه الدراسة على النحو التالي :

- لا بد أن تضعف وسائل الإعلام الوطنية من دورها في إعلام وتعليم وتثقيف وتوعية الجمهور ، خاصة الأطفال والشباب وإعدادهم للمستقبل ، بحيث تكون لهم ثقافتهم العربية التي تتفاعل مع العالم المنفتح على الحضارات المتنوعة.

## البحوث

■ لابد من إحداث تطوير في مضمون وشكل البرامج ، التي تبث من خلال وسائل الاتصال الوطنية ، حتى تستطيع الاحتفاظ بمجمهورها ، وتشبع احتياجاته المتنوعة ، حتى لا يلهث وراء البحث عن هذه الاحتياجات في القنوات الأجنبية ، عن طريق تقديم نوعيات جيدة من البرامج ، بحيث تكون قادرة على منافسة المضمون الذي يأتي من الخارج.

■ لابد من توفير الإمكانيات اللازمة لرفع كفاءة وسائل الاتصال الوطنية ، حتى تستطيع تغطية كافة الأحداث السريعة والمتلاحقة.

## المراجع :

- ١- انشراح الشال . قنوات للتلفزيون الفضائية في عالم ثالث . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٣ .
- ٢- سرورزان القلبي . اتجاهات المشاهدين المتحدئين بالفرنسية نحو القناة الفرنسية الدولية : دراسة تحليلية وميدانية . مجلة كلية التربية بدمياط . المجلد ١٩، ١٩٩٣ .
- ٣- انشراح الشال . بث والد على شاشات التلفزيون . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٤ .
- ٤- عاطف العيد . استطلاع رأى أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية المصرية . ن : دراسات في الإعلام الفضائي . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٥ .
- ٥- عاطف العيد وفوزية العلى . عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لطلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة . ن : دراسات في الإعلام الفضائي . القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٥ .
- ٦- هبة شامين . "استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الإخبارية المصرية CNE : دراسة ميدانية" . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٩٦ .
- ٧- أسمان نهى . دوافع استخدام المرأة المصرية للقنوات الفضائية الدولية وإشباعها . المجلة المصرية لبحوث الإعلام - المجلد الثاني، ١٩٩٧ .
- ٨- جيهان يسرى . استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها . مجلة البحوث الإعلامية . جامعة الأزهر . المجلد الثامن، ١٩٩٨ .
- ٩- سرورزان القلبي . استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة : دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية . ن : المؤتمر العلمى الأول لقسم الدراسات الإعلامية . مجلة البحوث والدراسات العربية . المجلدان ٣١، ٣٢، يوليو - ديسمبر، ١٩٩٩ .
- ١٠- انشراح الشال . اللبس والعولمة في قرية ماكلوهان الإلكترونية - جدة : دار حافظ للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠ .
- ١١- انشراح الشال . وسائل الإعلام في إطار سيولوجية وقت الفراغ : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالملكة العربية السعودية . الطبعة الثانية . جدة : دار حافظ للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠ .
- 12- Kilani, Hanan . "Usage of the International Channels Via direct Broadcasting Satellite in Egypt: Case Study on a Sample of Egyptian Users in Greater Cairo" . A Doctoral Dissertation Submitted in the Fulfillment of the Requirements for the Degree of Ph.D . Faculty of Mass Communication, Radio and Television Department, Cairo, University, 2000 .
- ١٣- سلوى إمام على . أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية . ن : المؤتمر العلمى السنوى السابع . . الإعلام وحقوق الإنسان العربي . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠١ .

## البحوث

- ١٤- هبة شاهين . استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ميدانية" . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ .
- ١٥- عائشة بنت سعيد الغابشى . "استخدام المرأة العمالية لوسائل الإعلام والإشهارات المتحققة" . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- ١٦- محمد عبدالوهاب الفقيهى . "العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومسعىات المعرفة بالموضوعات الإغصارية فى المجتمع الميضى" . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- ١٧- مصطفى حمدى أحمد . "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشهارات المتحققة منها : دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين فى الدنيا والقاهرة" . رسالة ماجستير غير منشورة . المنيا : كلية الآداب قسم الإعلام - جامعة المنيا ، ٢٠٠٢ .
- ١٨- مناء كمال أبو الزيد . "فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة الموجهة إلى تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسى : دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ وللدرسين" . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ .
- ١٩- صفاء فوزى على . علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال الإلكترونية : دراسة على عينة من أطفال الريف والحضر بين ١٢-١٨ سنة . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ .
- ٢٠- مى العبد . علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ .
- ٢١- مبالذ صلاح الدين . اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة فى مصر . فى المؤتمر العلمى السنوى التاسع . أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ .
- ٢٢- عادل عبدالغفار . استخدام الصفوة إلى الراديو والتلفزيون المحلى والدولى . رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ .
- ٢٣- سوزان القليسين . مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون فى وقت الأزمات : دراسة حالة على حادث الأقصر . المجلة المصرية لبحوث الإعلام . الملىد الرابع، ديسمبر ١٩٩٨ .
- ٢٤- محمد نبيل طيب . تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية : دراسة ميدانية مقارنة فى ريف وحضر محافظتى القاهرة والمنيا . مجلة كلية الآداب : الرقائز : كلية الآداب - جامعة الرقائز . الملىد الثانى والعشرون ، أكتوبر ١٩٩٨ .
- ٢٥- السيد بمنسى حسن . مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات : دراسة ميدانية على طلاب الجامعات . المجلة المصرية لبحوث الرأى العام . الملىد الرابع، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٠٠ .

- ٢٦- عبدالرحمن الشامي . "استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية .. الدواعي والإشباعات : دراسة ميدانية على عينة من الجمهور البنى . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية اللغة العربية - جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢ .
- ٢٧- دينا أحمد عرابي . "دور وسائل الإعلام المحلية والدولى فى تشكيل المعرفة لدى الجمهور فى ظل العولمة . رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٢ .
- 28- Language in the Age of Satellite Television . European Journal of Communication . Vol.4, 1989 . p . 133 .
- ٢٩- جيهان يسرى . مرجع سابق . ص ١٨٧ .
- ٣٠- دينا أحمد عرابي . مرجع سابق . ص ٢٥٦، ص ٢٥٨ .
- 31- Berkowitz, d . & Pritchard, O ., . Political Knowledge and Communication Resources, Journalism Quarterly . Vol.60, No.3, 1989, pp.697-701 .
- 32- Stroman, C. & Seltzer, R ., . Mass Media Use and Knowledge of Aids, Journalism Quarterly . Vol.60, No.8, 1989, p.881 .
- ٣٣- عادل عبدالنصار . مرجع سابق . ص ٩٤، ص ٩٦ .
- ٣٤- محمد نبيل طلب . مرجع سابق . ص ٣٨٦ .
- ٣٥- هبة شامين . "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ميدانية . مرجع سابق . ص ٣٠٠ .
- انشراح الشال . وسائل الإعلام فى إطار مسؤولية وقت الفراغ : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالملكة العربية السعودية . مرجع سابق .
- جيهان يسرى . مرجع سابق . ص ١٨٧ .
- ٣٦- عادل عبدالنصار . مرجع سابق . ص ٩٨ .
- ٣٧- عبدالرحمن محمد الشامي . مرجع سابق .
- ٣٨- محمد نبيل طلب . مرجع سابق . ص ٣٩٩ .
- هبة شامين . "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ميدانية . مرجع سابق . ص ٣٠١-٣٠٢ .
- ٣٩- انشراح الشال . وسائل الإعلام فى إطار مسؤولية وقت الفراغ : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالملكة العربية السعودية . مرجع سابق .

#### البحوث

٤٠- سوزان القليني . مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات : دراسة حالة على حادث الأنصر . مرجع سابق .

- السيد كننسي حسن . مرجع سابق .

- Robinson, John P . & Davis, Dennis K ., . Television News and The Informed Public : An Information - Processing Approach . Journal of Communication . Vol .40, No .3, Summer, 1990 .

٤١- عادل هبدانفار . مرجع سابق .

٤٢- جيهان رشيد . الأسس العلمية لنظريات الإعلام . القاهرة : دار الفكر العربي . دون تاريخ، ص ٣٦٠ .

- انشراح الشال . وسائل الإعلام في إطار مسؤولية وقت الفراغ : دراسة ميدانية على عينة من سكان المنطقة العربية بالملكة العربية السعودية . مرجع سابق .

43- Wermer J . Severin, James W . Tankard, Jr ., . Communication Theories : Origins, Methods, and Uses in the Mass Media . 3<sup>rd</sup> . ed . 1991, Pp . 272-273 .

## الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادي ( الأثر على المهتوى )

أ.د. حسن هبيد

### تمهيد

هذه الورقة بعض تجارب الدمج لشركات إعلامية، ومجموعات دولية، وتهدف جميعها إلى الربح، ولكن هناك الأهداف الإعلامية، والرسائل ذات المحتوى والدلالة .

هناك أيضاً التوجهات الثقافية التي كانت نتيجة طبيعية للعولمة في مجال الإعلام وفي مجال الثقافة ...  
نمكّن الدراسة بعض المفردات الخاصة بالدمج الاقتصادي وأهدافه، وتنتهي إلى عدد من الدروس التي يجب وضعها أمام صانعي القرار في الإعلام العربي، حتى يتيسر لنا في ظل الكفاءات العلمية والعملية الممتازة والسرّادة التي تحفل بها مصر، أن تقف على جانب من الريادة الإعلامية، وفي الوقت نفسه المحتوى الجيد، والآلية ذات التكلفة العادلة ...

هكذا وبالله التوفيق ، في إعداد علمي جيد على أسس تكنولوجية جديدة في مسيرة إعلامية رائدة ذات المضمون العربي أى التوجه العربي ، الذي لا يفتح النوافذ فحسب لينهل المتلقى وليتعلم ، وأيضاً لتبقى الهوية العربية هي الأساس .

---

(\*) أستاذ كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة .

### خطة البعث

- ١- المفردات الاقتصادية للدراسة .
- ٢- الدمج الاقتصادي للفضائيات :
  - ١-٢ الدمج : المعنى والأهداف .
  - ٢-٢ آليات الدمج .
- ٣- التجارب العالمية لى الدمج بين الفضائيات :
  - ١-٣ الدمج الفعلى .
  - ٢-٣ التحالفات .
- ٤- الدروس المستفادة للإعلام العربى :
  - ١-٤ مقدمة .
  - ٢-٤ النهود المستفادة .



## ١. المفردات الاقتصادية في إنتاج الفضائيات

من الطبيعي أن تكون مادة البحث في تأثير الفضائيات المصرية على مجتمعاتها ، أو على مشاهديها بصفة عامة، وتأثيرها بمختفريات العصر، إذا ينصب على المحتوى الإعلامي Content.

ويمكن تعريف المنتجات الإعلامية، أو المحتويات التي تبثها الفضائيات العربية بأنها مخرجات Outputs، أى ما ينتج عن الجهد الإعلامى الجماعى، من فنيين، ومبدعين، ومراسلين، وكلهم من يحترق العمل في المجال الإعلامى، وهنا يدخل الجانب الاقتصادى بشكل مباشر. وهذه المنتجات يلزمها بالطبع مدخلات Inputs، وهنا تجتمع وجوه كثيرة، بدءاً من كتابة المادة الإعلامية، وإعدادها، سواء في صورة برنامج أم دراما ، أو تعليق على صور مرئية، ثم إخراجها، امتداداً إلى الفراغات الممكنة في قمر صناعى<sup>(١)</sup> معين، ووضع الفضائية في مدار محدد ، كل هذه المدخلات تمثل جانب التكلفة.

قد تغلف هذه التكلفة عائد تسويق المنتجات الإعلامية تجارياً، وقد يتم التمويل بشكل مبدائى حين تكون الحكومة هي المالكة لفضائية معينة، وتهدف من وراء البث إلى تحقيق غايات أساسية ترتبط بتوجهيات تلك الحكومة للمالكة Governmental Orientation ، وقد يكون تمويل التكلفة من جانب أن تبيع الفضائية - إلى جانب موادها الإعلامية Entertainment - مساحة تجارية للإعلانات في شكل فواصل بين الدمج، أو مساحة تجارية أخرى، حين ترتبط مجموعة الدمج باتصالات هاتفية أو إلكترونية، وتشترك فيها القناة في تحصيل العائد ، ومن ثم فإن المفردات الاقتصادية للفضائيات الإعلامية ، يمكن تقسيمها إلى جانبين :

الجانب الأول : (Soft)<sup>(٢)</sup> أو الإبداع البشرى الذى يتصل مباشرة بالعمليات الإعلامية، أى بالإنتاج الإعلامى ذاته، وآليات إنعاده، بمعنى أن تتصل بالمحتوى Content ، حيث يدخل هنا الاقتصاد والإبداع ، والحرفة الإعلامية Professional Media Creativity Economy، ويمثل ذلك ثلاثة مهمة في جانب ما نسميه - الجهد البشرى المبدع Soft Efforts.

أما الجانب الثانى : وهو جانب Hard، وهو المتعلق بالآليات التي تنفذ بث المنتجات الإعلامية إلى مشاهديها، أو مستمعيها، أو قرائها ... وتبدأ آليات البث من حيث انتهى جانب الإبداع في الكتابة والإعداد وتصميم الإخراج (ليس الإخراج ذاته، لأن عملية الإخراج Dezinig ، وكتابه قبل تنفيذه هنا فقط المتعلق بجانب الإبداع) .

## البحوث

هنا يدعى الجانب الاقتصادى والفنى<sup>(٣)</sup> ، Economic and Technical ، من حيث :

- تكلفة إنشاء القناة ( التكلفة الرأسمالية، وتكلفة التشغيل ).
- إعداد الكوادر الفنية والإعلامية اللازمة لعملها.
- تكلفة وضع القناة في مدار فضائى، أو بثها عن طريق آخر Cables.
- هذا إلى جانب عدد من التكاليف الثابتة الأخرى، الخاصة بإعداد المباني، وتجهيزها، والتأمين عليها.
- وعليه ، فإن عملية إنشاء الآليات ( Hard ) تدخل فيها مجموعة من العناصر التى تدخل بها الدورة الاقتصادية :

- شركات إنتاج إعلامى.
- تقنيات فنية خاصة بالمحركات الإعلامية.
- أستوديوهات لمباشرة الإنتاج.
- شركة أثمار صناعية ( أو هيئة عامة تدير الكابلات Cables ).
- مجموعات أخرى لاستكمال توصيل الخدمة لمستهلكيها، أو لتحويل العائد المنتظر، مثل الشركات التى تسوق آلات الاستقبال Receivers وشركات الوسطاء التى تستقبل المواد المشفرة من الأعمار الصناعية ، ثم تباع امتياز المشاهدة في أشكال مختلفة، مثل الكروت الذكية Intellectual Cards.
- وعلى ذلك ، فإن Software في تحليلنا ينصرف إلى الاقتصاديات المتصلة بالإبداع، بينما Hardware يتصل بالشكل المسمى المنشئ والمنفذ للآليات Institutional Form، وهى سلسلة شركات متكاملة ومتصلة.

والسؤال : هل تختلف تلك المفردات الاقتصادية في الإنتاج الإعلامى عن تلك المفردات في أى إنتاج آخر؟

والرد هنا بالإيجاب<sup>(٤)</sup> حيث إن إنتاج السلع والخدمات ، يتكلف تكاليف رأسمالية Capital، وتكاليف جارية Current.

أما تلك المتعلقة بالإنشاء والتشييد ( الرأسمالية ) Overhead، فإنها تتعلق بنصيب الوحدة المنتجة، من إجمالى ما تم إنفاقه على البنى الأساسية للمؤسسة أو للشركة، أو للهيئة، بينما الجارية فهى تلك المتصلة بمستلزمات وأجور، ونفقات طاقة لإنتاج المحركات.

أما في حالة الإنتاج الإعلامي، فإن Hard، أو مجموعة المؤسسات المتكاملة، تعد هذه المؤسسات، منتجة للآليات التي تشغل القناة الفضائية، إذ أن هذه الآليات منتجة جارية لهذه المؤسسات، التي تعينها Overhand؛ ذلك أن القناة الفضائية ذاتها إنما هي شاشة عرض لمواد إعلامية، التي تعد لهذه المؤسسات (منتجاً نهائياً)، وهذه الشاشة ذاتها هي منتج وسيط أيضاً في عملية إخراج المنتجات الإعلامية أو المحتويات Contents، ومن ثم يصعب في العمل الإعلامي في مجموعة الفصل بين ما هو متصل بالعمليات الرأسمالية، وما هو متصل بالعمليات الجارية، وإنما الأفضل أن نصل بين الجانب الاقتصادي والإعلامي والفني في منظومة واحدة يجري تقسيمها بين Hard Soft، أو بين آليات محتويات. فيشمل الـ Hard على التكاليف اللازمة لوصول البث، Spreading، وتشمل الثانية تكاليف محتويات البث Spreading of Contents، وعليه يمكن التمييز بين Hard Soft Cost، وعلى الرغم من العلاقة بينهما، إلا أنهما لا يدخلان في منظومة ربح واحدة، فمثلاً:

- أستوديو الإنتاج الإعلامي له منظومة ربحية، من المائد الإجمالي لتشغيل معدات الصوت والصورة والإثارة مخصصاً منها تكاليف التشغيل.
- الأعمار الصناعية لها منظومة ربحية حسب سعة كل قمر، ومدى استيعابه للقنوات المختلفة، والعمر الافتراضي للقمر ذاته....<sup>(٩)</sup>
- القناة الفضائية لها منظومتها أيضاً في تقدير التكلفة والمائد، وهي تحمل هنا ثلاثة أنواع:

(أ) المحتوى المجان Free Content.

(ب) المحتوى التجاري (إعلانات مثلاً).

(ج) المحتوى الإعلامي ذو المضمون، أو التوجه (قد يكون المضمون الإعلامي نفسه تجارياً هادفاً للربح فقط، وهو ما يسميه النقاد برامج أو دراما المقاولات).

وهنا يدخل في عناصر التكلفة المباشرة ما تم دفعه لشركات الإنتاج الإعلامي وأستوديوهاتها، وشركات الأعمار الصناعية ... وهكذا ...

ومن هنا، فإن المفردات الاقتصادية في المجال الإعلامي، هي نفسها:

- التكلفة ← جارية ← رأسمالية

- المائد ← عائد نقدي ← عائد اجتماعي

- الربح<sup>(٩)</sup> ← ربح عادي حيث تتبادل التكلفة مع الإيراد

ربح غير عادي حين تدخل العناصر الاحتكارية ...

## البحوث

ومع هذا ، يبقى للمجال الإعلامى تميزه فى مضمون هذه المفردات ، فقد ترتبط مجموعة من القنوات فى شركة واحدة ، وتقوم بعض القنوات بالتوجه التجارى البحث ، والبعض الآخر بالتوجه الإعلامى ذى المضمون المحدد Oriented Planned (دينى - قومى - سياسى ....) وتقوم القنوات ذات الصفة التجارية بتغطية تكلفة القنوات الأخرى ....

كذلك يمكن الاختلاف فى أن Outputs الإعلام أو عرجات الإعلام ، إنما هى تتصل مباشرة بالسمع والبصر والفؤاد ، ومن هنا ، فإن معالجة الكلمة أو الصورة ، لا ينبغي أن تخضع للمعايير نفسها التى تخضع لها المنتجات الأخرى الخاصة بالمأكل والملبس .

وليستك تستذكر قوله تعالى : ﴿ وَلَا تَقْفُ مَا نَسَخَ لَكَ بِهِ عَلِيمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴾ . صدق الله العظيم [ الإسراء : ٣٦ ]

## ٢ - الدمج الاقتصادي في مجال الفضائيات

### ١-٢ Economic Merger

#### ( الصريف - الآليات - الأهداف )

تعد عملية الدمج في أبسط صورها توسيع دائرة الإنتاج لسلمة أو خدمة، أو مجموعة سلمية أو خدمية ، في اتحاد منشأتين أو أكثر يعملون في المجال نفسه ، وعلى ذلك، فإن الدمج في جوهره هو بمثابة توسيع نطاق العملية الإنتاجية Enlargement of Scale، بحيث يتسنى إنتاج أكثر More Quantity ، أو إنتاج أكفأ More Quality ، أو تخفيض التكلفة Reducing Cost.....

وفي كل هذه الحالات، فإن الدمج ينتج عنه كيان اقتصادي أكبر ، يسعى إلى الحصول على نصيب أكبر من السوق، وقد ينصرف معنى الدمج الاقتصادي إلى الاتفاق بين المنشآت المندجة للحصول في عملية إنتاجية واحدة ، بمعنى أن تكون هناك إدارة واحدة لجدول المدخلات والمخرجات، وتنظيم السوق للتعاظم مع الجدول الإنتاجي. وعليه فإنه باختلاف التعريفات والأشكال، فإن الدمج Merger ينصرف في كل الحالات إلى وجود سياسة اقتصادية واحدة، أو لإحلال تلك السياسة محل سياسات أخرى منفصلة فيما يتعلق مع سوق المستلزمات أو سوق المنتجات، أو سوق العمل، أو في التعامل مع المؤسسات الأخرى المنافسة، أو بالارتباط القانوني بالحكومة، أو بمحركات الدول التي يسرى فيها هذا الكيان الجديد ، أو في التعامل مع جهات التمويل، أو للمؤسسات الدولية..

ومع هذا، فإن الملن الوارد للدمج الاقتصادي قد يختلف باختلاف آليات الدمج<sup>(٧)</sup> ذاته: فقد يتم الدمج بآليات متنوعة ، تؤثر كل آلية منها في مدلول الدمج نفسه.

#### ٢-٢ آليات الدمج

فيما يتصل بالدمج نفسه وآليات الدمج التي تحدد مدى استقلال أو فوبان الكيانات المنظمة عن أو في الكيان الجديد ، فإنها تأخذ عدداً من النماذج المختلفة ، والتي من أهمها :

- ١- قد يأخذ الشكل الأول وجود شركة قابضة Holding company، أو مؤسسة واحدة لها سلطات فوقية Upper Authorities تقوم بتخطيط الإنتاج من حيث الكم ، أو الكيف ، أو الوسائل المستخدمة ، وما يتفرع عن سياسات الإنتاج من سياسات أخرى قبلية Exposit مثل سياسات التمويل ، أو سياسات بعدية ، مثل سياسات التسويق - التصدير ، النقل ، التكامل .

## المحورث

وفي هذا الشكل ، تلتزم المؤسسات أو الشركات المنضمة بسياسات المؤسسة الأم ، مع استمرار الإدارات الذاتية لها ؛ حيث تحتفظ كل شركة بطابعها ، وبملاقاتها مع العملاء الداعمين ، وسياسات التوظيف الخاصة بها . وقد تنفرد السلطة الفوقية ، أو الإدارة القابضة بالمنتجات الرئيسية أو منتجات معينة ، مثل : المنتجات القابلة للتسويق الدولي ، ( المادة الإعلامية<sup>(٨)</sup> ) القابلة للتداول فوق المحلي وفوق الإقليمي Super Regional Content ، مثل بث مباريات كأس العالم ، الأفلام الحاصلة على الأوسكار ، الأفلام التسجيلية الخاصة بالشخصيات الدولية الشهيرة ( تاركة لكل شركة إعلامية مندرجة هامشاً في إنتاج برامج محلية ، أو دراما إقليمية ، أو مباريات داغلية.

وبعدت هذا الشكل عادة في الدمج الاقتصادي ذى التحالفات الدولية ، حيث تقوم الإدارة (الشركة القابضة) بالمجموعة الرئيسية القابلة للث والانتشار في مساحة أكبر عبر القارات Trans Continental ، وهذا بالفعل هو ما تفعله الشركات القابضة الإعلامية في الاتحاد الأوروبي ، حيث تقوم إدارة واحدة برسم السياسات الخاصة بالمنتجات الأوروبية غير المحلية ، فمثلاً :

قابلية العرض في هولندا ، تحتاج إلى دوبلاج باللغة الهولندية .

قابلية العرض في فرنسا ، تحتاج إلى دوبلاج باللغة الفرنسية .

ومن ثم ، فإن المنتج الرئيسي General Content تحدده السياسة الإعلامية القابضة ، أما عمليات الدوبلاج فتقوم بها الشركات أو القنوات المحلية ، ليس فقط في عملية اللغة والدوبلاج ، وإنما قد يتعدى ذلك إلى عمليات مونتاج ، وحذف بعض المشاهد ، أو الفقرات التي تتعارض مع قومية ما أو عادات ما .... ولذلك ، ففي مجال التلفزيون الأوروبي European T.V. تشيع المثل<sup>(٩)</sup> الأوروبية للشركة القابضة الفرنسية ، للشركة المنضمة الفرنسية أو Europeanization for Holding Company ، وعلية ، فإنه حتى في النطاق الأوروبي ، هناك عمليات للملازمة مع المجتمعات المحلية ....

ولعل هذا هو الأسس الأول الذي يمكن اشتقاقه من التجربة الأوروبية حيث المثال الكامل على الليبرالية والشفافية ، فإن هناك عمليات ملازمة للمنتج الإعلامي مع المجتمعات المحلية الأوروبية ، والمختلفة في المدى بين المحافظة ، والليبرالية الكاملة Conformity with Conservative or Liberal Societies

٢- كذلك نجد أنه قد يتم الدمج بين شركات ذات منتجات مختلفة، وتعمل في المجال نفسه ، فهناك :

- شركات لإنتاج البرامج .
- شركات تملك الأدوات والأستوديوهات للتأجير .
- شركات تملك الأرقام الصناعية .

ففى مجال الفضائيات نجد إمكانية الدمج بين شركتين إعلاميتين على سياسات واحدة لإنتاج البرامج، أو للتنسيق والاتفاق على بث مواد معينة، وتنفيذ المراحل الإنتاجية، ووضع حدود معينة لاختلافات التكلفة ، ووضع سياسة مشتركة للإعلانات التى يتم بنهاى من قبل الاتفاق عليها : من حيث الأسعار وتوقيتات البث، وتبقى قناة إعلامية مندمجة إدارة ذاتية، ولها هامش محدد فى حرية التعاقد داخلاً إقليمياً محلياً - سواء مع الأستوديوهات - أم مع عملاء الإعلان .

٣- قد يأخذ الدمج شكلاً آخر ، بأن تتفق الشركات للمندجة على إيجاد إدارة تسويقية واحدة :

- نحدد حصصاً إنتاجية معينة لكل شركة مندمجة .
- تعمل على إيجاد سقف<sup>(١١)</sup> Limited Ceiling، لكل مادة إعلامية، بحيث توزع على إنتاج القنوات، حتى لا يحدث التكرار فى التسويق الإعلامى.
- يترك لكل شركة مندمجة حرية إدارة هيكلها الإنتاجى الداخلى، مع الالتزام بمواصفات وكميات المنتج النهائى Final Content ، الذى حددته الهيئة القابضة.

٤- وهناك الشكل الأكبر والأكثر وضوحاً ، ويمكن فى ذوبان الكيانات المندجة فى كيان جديد، Liquefying all Bodies In One Only، وتصبح شخصية معنوية جديدة واحدة لشركة جديدة، وتنتهى الشخصيات المعنوية للشركات التى دخلت فى الدمج . هنا تنشأ إدارة جديدة، وتصبح الشركات المندجة بمثابة فروع أو وحدات للشركة الأم، دون اعتبار مالى أو معنوى مستقل ....

فى هذه الحالة تمحدد سياسة واحدة للإنتاج والتسويق والعمالة والتمويل تماماً<sup>(١٢)</sup>.

فمستلأً فى المجال الإعلامى تتضمن مجموعة من الفضائيات إلى شبكة واحدة، تعمل وفقاً لأسلوب واحد، وأسعار واحدة، وتبقى الإدارات القديمة للتنفيذ دون التصميم ... Executing not Designing ، فتقوم الشركة الجديدة بتحديد المواد الإعلامية، من حيث الكم :

- بتحديد المضمون ← Content .
- بتحديد الكيفية ← التعاقد مع أية أستوديوهات وأى أقمار ولتغطية أى مساحة.
- - وقد تكون عملية الدمج فى شكل يور التكامل الأفقى<sup>(١٢)</sup> ؛ بمعنى أن تكون هناك شركة تملك وتدير وتجهز أستوديوهات الإنتاج .
- شركة أخرى للأقمار الصناعية .
- شركة ثالثة لتسويق البرامج المشفرة .
- ورابعة فى تخصص معين .... وعامة ... وهكذا .
- وهذا التكامل الأفقى أيضاً يحدد نوعاً جديداً من الآلية، والى قد تظهر فى شكل تحالفات Alliances تؤدى إلى تواجد احتكارى قوى فى السوق الإعلامية، والدمج من طريق التخصص لا يخلو من تواجد السلطة الفوقية التى تنظم الإنتاج والأسعار، بل والتوجهات أحياناً، غير أن الاسم العلمى لهذه الآلية، هو التحالف أو الائتلاف Coalition of Companies ؛ ذلك أن الائتلاف إنما يصب فى مجرى سياسة واحدة، وإن تعددت الاجتهادات فى صنع القرار الإعلامى لدى الإدارة الاحتكارية القابضة Holding Monopolistic Management.
- ولعل الفكر الاقتصادى الذى يخلو الاحتكار، فى المجال السلمى والخدمى ، فإنه يكون فى المجال الإعلامى، هناك مجالات تستوجب وجود الاحتكار ، أو بعض صور هذا الاحتكار مثل احتكار الأقلية، فاحتكار الأقلية يعنى وجود عدد محدود من الشركات الإعلامية تعمل معاً فى إطار من تنفيذ التكنولوجيا عالية التقنية .
- ومثلاً لا يمكن تصور<sup>(١٣)</sup> وجود أكثر من شركة واحدة للأقمار الصناعية فى مصر ، حتى فى الاتحاد الأوروبى أو الولايات المتحدة واليابان .. هناك الشركة الواحدة التى تغطى مساحة إقليمية معينة، وتتبع دولة واحدة ...
- ومثلاً لا يمكن تصور وجود شكل للمنافسة<sup>(١٤)</sup> فى مجال الإعلام الحكومى التلفزيونى فى الدولة الواحدة .... إذاً من الطبيعى قيام بعض الاحتكارات لطبيعة المخرجات Media Outputs، والى تختلف عن المخرجات الأخرى.
- ولكن لا يخلو الأمر من وجود المنافسة فى الشركات الخاصة، والفضائيات المختلفة الأغراض . إذاً يمكن الوصول إلى نتيجتين مهمتين :



أولاً : المنافسة في مجال Soft البرامج .

ثانياً : الاحتكار في مجال Hard الآليات .

ومع ذلك ، فإنه حتى المنافسة التي تعمل فيها الفضائيات العربية هي بطبيعتها منافسة احتكارية Monopolistic Competition، حيث عدد كبير ، ولكنه تعدد مع تميز ؛ إذ ليس هناك تماثل في نوعية البرامج Non Homogeneity ، ولكن هناك التشابه أو وحدة الغرض .. فالغرض Information ، أو Entertainment .

ولكل من المنافسة الاحتكارية واحتكار الأقلية ميزتها في المجال الإعلامي :

● فالأولى تعبر : تحسين النوعية .

تخفيض الاشتراكات ( أو على الأقل تواضع معدلات زيادتها ) .

● والثانية تدور الحد من ارتفاع التكلفة ؛ لأن الشركات المالكة للآليات والتقنية الحديثة تقوم باستثمارات ضخمة تحتاج للإنتاج الكبير<sup>(١٦)</sup> .

وأيضا كانت طبيعة المنافسة الاحتكارية، فإن الدمج يجعل بعض الوحدات تغذي البعض الآخر، وكذلك ، فإن التحالفات في الدول المتقدمة قد تخفف من حدة المنافسة، وكبت ارتفاع الأسعار .

ومع تعدد الآليات، واختلاف مفاهيم الدمج، إلا أنه يبقى هناك هدف واحد لعملية الدمج، وهو تعزيز القوى الاحتكارية، وتحقيق أقصى ربح ممكن ؛ ذلك أن الدمج هو سعي غير مباشر للتواجد الاحتكاري في السوق، أو على الأقل لتدعيم الكفاءة التنافسية للكيان الجديد، في مواجهة الكيانات الاقتصادية الأخرى.

يكاد يكون تحقيق الربح المادي هو القاسم المشترك بين معظم حالات الدمج إن لم يكن كلها ..... ( قد يذهب البعض من الإعلاميين إلى أن الربح المادي لا يكون مؤشراً رئيسياً، وإنما في حالة يبرز فيها ما يسمى Global Cultural العولمة الثقافية أو Global Media العولمة الإعلامية ) .

وتفسر ذلك أن هناك جهات معينة ترغب في إدخال ثقافات معينة، أو التأثير في ثقافات قائمة، إما لأغراض سياسية، أو دينية، أو مختلفة . ومع التسليم بحدوث هذا الشكل، إلا أنه يخضع في النهاية لاعتبارات الربح المادي ...

● مثلاً: قد تكون هناك قناة أو قناتان، أو أكثر في شبكة قنوات معينة، تذهب بأغراض إعلامية موجهة نحو ثقافة بعينها، ومع هذا، فإن بقية القنوات تعمل وفقاً لبدأ الربح بحيث تمول الشبكة في مجموعها.

هذا ، وينطلق مفهوم العولمة الإعلامية أيضًا من الجناحين الأساسيين للعمل الإعلامي، وهما Soft ، Hard ، فالعولمة أساسًا هي امتداد توجهات الدول القوية Cultural Extension ، من الجهات ذات الهيمنة، للتأثير المباشر أو غير المباشر على ثقافات الدول الأخرى ... وقد يكون التأثير متعمدًا، أو غير مستعمد، .... فالعولمة من حيث المحتوى تعني إتاحة منتجات ثقافات أخرى لمشاهد الفضائيات في أي مكان.

● قد يكون المحتوى قويًا في مادته وفي إعداده وفي إخراجهِ ، وفي مساحة البث الذي ينتشر فيها .. ففي حالة تلك القوة والثقافة، فإنها تكون عالية التأثير الثقافي، وقد تكون مكررة، تدخل في إطار التسلية المباشرة ، دون أن تترك بصمات مؤثرة Effective Impression's ، وقد تكون العولمة الإعلامية في جانب Hard (الأكسيات) هي الانتشار التقني لآليات التنفيذ والإنتاج والبث، والاستقبال . وبصفة عامة يتكامل Soft ، Hard فلولاً عولمة التقنية ، لا يخرج المحتوى عن النطاق المحدود - محليًا أو إقليميًا.

### ٣- التجارب العالمية في الدمج الاقتصادي في الفضائيات (المجالات الإعلامية)

بدايةً ، نجد أن عدداً من الشركات الكبرى العالمية في مجال الفضائيات : إما أنها ناتجة من تراكم التوسعات عبر فترة زمنية معينة، وقد ساعدها في ذلك التطور الهائل الذي يشهده قطاع الاتصالات، والأقمار الصناعية، والتقنيات المختلفة لعمليات الإنتاج الإعلامي ، وقد قامت هذه التوسعات نتيجة للأرباح الضخمة من ناحية، ونتيجة لتقدم أسواق الأوراق المالية في الدول المتقدمة، والتي أدت تلك الأرباح إلى انسياب تداول الأوراق المالية للشركات الإعلامية الناجحة في البورصات العالمية ، وإما أنها نتيجة اندماجات فعلية Actual Mergers .

#### ٣-١ الدمج الفعلي

ومن بين هذه المجموعات الدولية يمكن تسجيل بعضها الذي أسهم، ولا زال يسهم في مساحة الفضائيات الحالية المتاحة، على النحو التالي:

١- مجموعة تلم وارنسر Time Warner وهي التي تملك مجموعة القنوات الفضائية الدولية ذات الانتشار العالمي، مثل C.N.N ، T.N.T ، فضلاً عن شركات ضخمة لإنتاج البرامج، ومجموعة من شبكات الاتصال . هنا بالإضافة إلى مجالات إعلامية أخرى ، غير تليفزيونية ، مثل ملكية مجلة تلم (وهي بداية مشوار النجاح الهائل للمجموعة).

٢- مجموعة ديسني Disney ، وهي من أكبر المجموعات في العالم، وتمتلك عدداً كبيراً من القنوات الرياضية، وتحكم قنوات الأطفال ، وتحكم مساحات مؤثرة على مدارات مختلفة للبث عبر الأقمار الصناعية .

٣- مجموعة روبرت مردوخ ، والتي تعرف باسم New Corporation وتمتلك نحو ٢٢ محطة تليفزيون، وعدداً كبيراً من الصحف والمجلات ، بالإضافة إلى شركة "فوكس" للإنتاج السينمائي ، والتي أفردت تخصصاً ضخماً للإنتاج التليفزيوني .

٤- مجموعة فيكون Viacom ، وتمتلك كل قنوات شوتلزم Showtime ، وتحتل أهم الشركات الأمريكية في مجال الإنتاج الإعلامي.

ولعل النجاح البارز للشركات الدولية، إنما يعود إلى التحالفات الإقليمية على أسس أسلوب الشراكة Partnership ، وهنا يكون الاتفاق بعيداً عن الصدام مع النواحي السياسية للبلاد المختلفة،

## البحوث

وهذا في الواقع هو ما تقوم به شركات كثيرة ، حيث تقيم الشركات الدولية تحالفات مهمة مع الشركات الإقليمية أو المحلية على النحو التالي :

- قد يبدأ الأمر بالاتفاق على بث برامج رياضية، أو مسابقات دولية للجمال ، أو عرض الأزياء ثم الاتفاق على حقوق استغلال امتياز برامج وأفلام معينة ؛ حيث إن الشركات الدولية الكبرى عادة تقوم بشراء الامتياز ، ثم تتولى عمليات التأجير من الباطن بعد ذلك Sub Contract للقنوات المحلية ، والمخططات الإقليمية .... وقد تقوم الشركة الدولية الكبرى بعمل برامج معينة تناسب مناطق معينة .

### ٣-٢ التحالفات في مجال الفضائيات

وتذهب معظم تحالفات الإعلام التلفزيوني في أحد شكلين : أولهما ، تحالف الدمج Alliance نستقوم تلك الشركات الكبرى بدمج عدد من الشركات المكملة المتخصصة في إطار مجموعتها، مثل شركات صناعة أجهزة الاستقبال ، وهو الذي فعلته مجموعة "جنرال إلكتريك" General Electric ، وهى مجموعة فنية تمتلك التقنية العالية .. بدأت تحالفاتها في مجال الآليات Hard ، ثم توسعت إلى أن قامت بعمليات الإبداع وإنتاج المحتوى Soft .

وعليه .. فقد بدأت الشركات الدولية الكبرى بالتوسع الفني والتكنولوجي ، ثم أضافت المصبرات الإعلامية ، أو أدمجت شركات متخصصة . ويلاحظ هنا أن مجموعة "مردوخ" . New Corp ، أقامت إدارتين قابضتين إحداهما إدارة المحتوى ، باعتبار أن النتيجة الاقتصادية التي توصل إليها الدمج الإعلامي أسفرت عن :

Soft don't lead Hard Successfully

Hard don't lead Soft Successfully

فلإبداع مجاله ، وله فقط أن يطلب التمويل لينشأ ، ثم يحدد أسعاره هو وفقاً للمنافسة .. وللاكتيات مجالها ، حيث الاحتكارات الضخمة ، والتصرف الاحتكاري الذي يقود السوق.

كانت شركة "هولى حرام" المملوكة لشركة فيليبس ، وهى شركة الإبداع ، من حيث المحتوى ، مملوكة لمجموعة إلكترونية كبيرة ، وهنا كانت القنوات التلفزيونية إدارة تابعة Affiliated للشركة الرأسمالية الفنية ، فلم تحقق شركة الـ Soft ، نجاحات شركة الـ Hard ، إلا بعد أن فصلتها فيليبس بشخصية معنوية مستقلة ذات كفاءة نسبية بسبب مساندة التمويل الضخم ، وترك لها أن تصنع الكفاءة التنافسية Competitive Advantage .

## البحوث

في التجربة اليابانية كانت شركة Sony، وكانت القنوات الفضائية فيها Sony Entertainment، جزءاً من سوق القابضة Sony Holding للإلكترونيات .. وكان الدمج هنا يحقق تكامل الشركة القابضة فقط، ولكنه لم يحقق كفاءة تنافسية لفضائيات سوق Sony للدخول في المجال الأوروبي، أو حتى في المجال الآسيوي المجاور، وظلت فضائيات سوق مقصورة على الإعلام اليابان فقط.

فالدمج اليابان كان يتم على نحو اقتصادي يمتد، حيث السعي وراء انخفاض التكلفة إلى أدنى حد ممكن، دون الطموح الإعلامي للتواجد على الساحة الدولية الكبرى ....

والشكل الثاني للتحالف هو Trust، وليس الدمج، وإنما الاتفاق الودي وفقاً لفئة كل شركة بالأخرى لمواجهة منافسة مجموعة ما، أو للدخول معاً في منطقة ما، فمثلاً تتحالف شركة إعلانات كبرى مع قناة فضائية كبرى، التي ترتبط بدورها مع مدار قمر صناعي معين، وهكذا .... في إطار ما يسميه الإعلام الأوروبي Together but Independent Concept، فلكل إدارته وتوجهاته، وطموحاته، ولكن يعمل مع الآخرين في المنظومة نفسها ....

والطابع العام لشكلى التحالف (الدمج غير المباشر) هو التحرك الأفقي Horizontal Movements، بمعنى اشتراك الوحدات مجتمعة لتقدم الخدمة التلفزيونية، واستهدافاً لأقل تكلفة، أو لأكبر عائد ممكن، أو للتواجد الفعلي في السوق، أو للحصول على نصيب ملموس. أما التحرك الرأسي Vertical، فإنه يعنى الدمج بين الفضائيات بعضها البعض لتكثيف المنتج الإعلامي كماً ولتحسين الجودة.

هناك تحالفات أخرى بين مجموعة إعلامية بعضها البعض، وهو ما يسمى في الأدب الاقتصادي Oligopoly، أو احتكار الأقلية، أو اتحاد الكبار الذي يقوم على التنسيق بين الشركات الإعلامية الكبرى لتجنب حدوث حرب الأسعار ولتأكيد السيطرة على السوق الإعلامي، وفرض حواجز على دخول شركات جديدة، وهذا هو فعلاً ما يحدث الآن، فقد كان التحالف بين شركتي America on Line A.O.L، وشركة تيلم وارنر Time Warner، فقد بدأت بعملية الدمج المؤسسي Institutional Merge، ولكن الاختلاف في جدولة البرامج أدى إلى استمرار التحالف على سياسات مشتركة دون توحيد مؤسسي للإدارات.

#### ٤- الدروس المستفادة من الفضائيات العربية .

٤-١ مقدمة :

من العرض السابق يمكن أن نخلص إلى عدد من النتائج المهمة، التي يتعين وضعها أمام صانعي القرارات في الفضائيات العربية ، حتى يتهيأ للوطن العربي تحقيق تواجد إعلامي جيد على أسس تنافسية، وحتى يستطيع أن يثبت إرساله بمضمون عربي التوجهات ، والطموحات ، ( لا ينبغي بالطبع القول بتوحيد المضمون أو الرسالة ، فالاختلاف هو الأمر الطبيعي في كل أنحاء العالم ، ولكن أن يكون المضمون عربياً ، وإن اختلف مع رؤية عربية أخرى ، فنظل الرؤيتان عربيتين ) .

والبدء يكون من تكوين الكوادر الإعلامية النشطة واليقظة، وهو الدور الذي تضطلع به مؤسسات رائدة في مصر بدءاً بكلية الإعلام والأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، ومروراً بالبحرث العظيمة في إعلام مصر الرائد ، وانتهاءً بأقسام الإعلام في كليات ومعاهد مختلفة ... وهذا هو ما سوف يصنع المحتوى Soft (بإذن الله تعالى)، ثم يأتي بعد ذلك رأس المال والاستثمار ، وإقامة الآليات Hard .. قسام الاستثمار الحكومي والخاص في العالم العربي وفي مصر وبعض دول مجلس التعاون الخليجي ، بإقامة مناطق ومدن الإنتاج الإعلامي ..... وبقي مناقشة عدد من الدروس المستفادة من تجارب الإعلام الدول ، والتي تتيح عنها تحقيق قيم مضافة للوطن العربي وإعلاميه ولستمتره في مجال الإعلان ...

#### ٤-٢ بنود الاستفادة Advantage Items

- ١- هدف الربح أساسي ، لأي استثمار في الإنتاج الإعلامي ، وخاصة الفضائيات ذات الاستثمارات العالية ، ولكن الربح ليس هو العامل الوحيد لبحث الفضائية ؛ لأن تجربة الاتحاد الأوروبي والنميج أثبتت أن الربح الكلي لمجموعة الفضائيات يمكن أن يتحقق بجانب وجود المحتوى Content بحيث تغطي فضائية معينة رابحة ، خاسرة ، أو تكلفة فضائية يخلب عليها طابع الرسالة الإعلامية .
- ٢- الاختلاف في التوجهات أساسى ، وطبيعى ، ولكن في إطار هوية واحدة ، وضرورة المحافظة على مظلة الهوية العربية ، والتطلع إلى الآخرين ، دون ذوبان Dissolve في هويات أخرى .
- ٣- الطموح الإعلامي ، لا يعنى صدارة الفضائيات العربية للإعلام العالمى ، فهذا فضلاً عن استحالاته ، فهو غير مطلوب ، وغير مرغوب فيه ، وإنما الطموح الإعلامي يعنى التواجد المستقل لمجموعة Soft وبمجموعة Hard عربية ، والآمال العربية دون شعارات زائفة False Logans .

## البحوث

٤- من الناحية الفنية ، إذا تحقق الدمج ، فليكن أماننا الدرس التالي :

إن قيادة العمل الإعلامى المتكامل يجب أن تكون متوازنة بين منتجى المحتوى الإعلامى ( الإبداع ، كتابة ، وإخراجاً ، ونشرًا ، وتقنيًا ، وتأليفًا ، ومتابعة Soft ) ومنتجى التنفيذ الآلى الفنى ( البث - الاستقبال - الأقمار - الاستوديوهات Hard ) ، وألا يفقد أحدهما الآخر ، وإنما يكون لكل مجاله الذى ينظم فيه المالد/التكلفة ..

٥- أية تحالفات عربية أوروبية فى المجال الإعلامى أو عربية أمريكية، ليست عليها أية قيود أو أية محاذير، سوى أن تكون تلك التحالفات فى مجال التقنية الإعلامية ، للمساحات الإعلامية ، التنفيذ الإعلامى ؛ بهدف الانفتاح للاستفادة من التدريب المشترك لكوادر الإعلام .... ولكن لا تحالفات فى جانب المحتوى فالبرامج العربية ، تدار بإعلام عربى منفتح دون إملاء .

٦- لبيدأ الدمج الأفقى بين الفضائيات العربية ، والآليات العربية ، مع توزيع الاختصاصات فى شكل تكاملى واضح.

### الهوامش والمراجع

- (١) الأكتسار الصناعية ، تقوم بدور عمائد ، بوضع القنوات في مداراتها المحظقة، دون التأثير في المضمون بالحذف أو بالإضافة ، راجع - أمين بسويق - مجلة الاتصالات مصرية - (ستلايت - مارس ٢٠٠٤ )
- Hom. Roltin - New Communications, opportunities hopes, Frank, Press, London, 1998.
- (٢) تصبير Hard ، Soft ، يأتي في مجال الحاسبات الآلية ، فاللحن الأول يشير إلى البرامج ، واللحن الثاني يشير إلى الآلة والمكونات ... وفي المجال الإعلامي فإن Soft تشير إلى للمبرجات الإعلامية ، و Hard تشير إلى آليات التنفيذ.
- راجع حسن عبيد - اقتصاديات الاتصالات - مؤتمر الاتصالات - قاعة المؤتمرات - مصر ٢٠٠٣ .
- (٣) الجانب الاقتصادي ، يشير إلى منظومة المائد/التكلفة Cost/Benefit ، وفي المجال الإعلامي يوخذ المائد الاجتماعي في الاعتبار .
- B. Sonar. Indian Economic and Software, Economic Review, Mag 2002
- (٤) التساؤل يوضع البحث في إطاره الطبيعي حصول مدى أولوية السريح ، وأولوية المضمون .
- الإعلام في عالم مطير - محاضرة - فواد الفارسي - وزير الإعلام السعودي - القاهرة - ٢٠٠٢
- (٥) منظومة التفتنة الفضائية .. تبدأ من الاستثمار إلى وضع القناة في المدار .... وقد ترتبط بملك شركات تكاملية أخرى ، مثل شركات بيع الأجهزة ، وشركات تاجر أو منح حق استخدام القنوات المشفرة.
- (٦) يختلف الدمج Merger عن التحالف Alliance ذلك أن الأول يعنى وجود الإدارة والسياسات الرئيسية الواحدة، أما التحالف ، فيعنى الاتفاق الودى أو الملزم على هوامش معينة
- S. Lonbar, M. Bark, Economic Merger in Field of Communication - Oxford - Mayer Press, 2003.
- (٧) المسادة الإعلامية القابلة للتسويق الدولى، وهى التى يطلبها أكثر عدد من المشاهدين في القارات دون تمييز، مثل
- International Marketability... مثلاً
- (٨) الأوروبية ، تعنى البرامج الأوروبية ، تلك التى تتعلق بالتمميم الأوروى Generalization ، أما الفرنسية ، فقد تقتضى حذفاً أو إضافة أو تعديلاً ، أو حتى الدبللاج اللغوى .
- (٩) السقوف ... تعنى حدوداً معينة لا يمكن تجاوزها ، أو بمعنى حصص إنتاج للبرامج ، والدراما ، أو اقتسام أوقات البث ، وفقاً لأجور محددة .
- (١٠) التمويل المتتابع Sequence Finance ، وقد جربته القنوات الفرنسية ، حين قامت شركة قابضة بجمع بين شركات الاستوديوهات، وشركات الإنتاج المباشر، بالاتفاق مع شركة الأكتسار الصناعية .



(١١) التكامل الأفقي Horizontal يعني انشغال كل الوحدات بتقديم خدمة إعلامية واحدة ، أو منتج إعلامي واحد One Output ، بينما التكامل الرأسي أن تعمل مختلف القنوات لتقديم خدمات من النوع نفسه ، وإن اختلف المحتوى Contrent.

A. Alen, KAAF. The Integration in the same Domain. Amsterdam University, 1999.

(١٢) يوجد أكثر من شركة واحدة للأقمار الصناعية في الولايات المتحدة ، ولكنها تعمل في إطار Oligopoly أي احتكار أولية، يتقاسم الأسواق بينها ، فمثلاً سوق أمريكا اللاتينية مع أقمار Atlanta ، بينما محطات الكابون تتبع شركة Donald ، وكذلك بعض محطات المحيط الهادى.

(١٣) هناك شركات ضعيفة لا يمكن أن تكون محلاً للقطاع الخاص ، ومن ثم ، لا يمكن وجود المنافسة فيها ، وعادة في الدول النامية ، حيث لا تكفى مثلاً مساحة المشاهدة في الدول العربية بوجود أكثر من عدد محدود من أستوديوهات أو مدن الإنتاج الإعلامي لضمان التشغيل الكامل .

(١٤) أرباح Soft لا تعتمد على عمليات خفض التكلفة، بل إنما تعتمد على زيادة الإنفاق على العمل لتحقيق الجودة، ويأتى الربح من عائد كبير .

(١٥) الإنتاج الكبير Mass Production ويعنى أنه بزيادة حجم الإنتاج بشكل مكثف ، دون تواجد أى Drop في الطلب تنخفض التكلفة .





## الإعلان التجاري في الفضائيات العربية

د. عمرو محمد سامي عبد الكريم<sup>(\*)</sup>

### مقدمة :

تتمتع الفضائيات العربية بصفة عامة ثورة في عالم التكنولوجيا في عصر للمعلومات؛ حيث غيورت كل المفاهيم نظيراً جديداً، فما كان يراه بالأمس بضعة آلاف، أصبح يراه اليوم عدد من سكان الكرة الأرضية يقدر بالمليارات .

وأصبح التنافس بين الفضائيات العربية يمثل ظاهرة صحية بالنسبة للمشاهد العربي.

وتجتهد كل قناة تلفزيونية فضائية في جذب أكبر عدد من المشاهدين إليها ؛ لأن ذلك يعود عليها بالفائدة الاقتصادية .

وأصبح الإعلان التجاري يمثل مورداً مهماً من موارد هذه القنوات .

ولقد أفاد الإعلان الحديث من الجانب التكنولوجي ، من حيث الأفكار الحديثة ، وطرق التصوير، وبرامج الجرافيك الحديثة ، ومخاطبة العقل بشكل أفضل ؛ وإن كانت ما تزال هناك بعض السلبيات . ولكن ما زالت إيجابيات الإعلان الحديث في الفضائيات العربية أكثر بكثير من سلبياته . وأصبح الاهتمام بالمحتوى الفني للإعلان أكثر من ذي قبل ، وساعدت التكنولوجيا والتقنية الحديثة في تحقيق ذلك الهدف الذي يخدم كلاً من : القناة ، والمعلن ، والمتلقي ، على حد سواء .

---

(\*) مدرس بقسم الجرافيك - كلية الفنون الجميلة - جامعة حلوان .

### أسلوب الدراسة :

تعتمد الدراسة على مجموعة من القراءات لما ورد حول الموضوع في المراجع العلمية ، والدراسات السابقة ، ونظرة الباحث في هذا الموضوع من واقع متابعة الإعلانات التجارية في الفضائيات العربية ، مع تحليل لبعض النماذج .

### أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة في دعم الحركة الفكرية لأجهزة الإعلام العربية في ظل متغيرات العصر، وتقديم الآراء والأفكار ، وتبادل المعلومات والخبرات في إطار علمي يربط ويحقق المزج بين الدراسة والواقع العملي ، ونركز هنا على الإعلان التجاري في الفضائيات العربية.

### أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى : تقييم الإعلان التجاري في الفضائيات العربية ؛ من حيث سلبياته وإيجابياته، وإمكانية تلاقي السلبيات ، وطرح آفاق التطوير .

### تبويب الدراسة :

تتضمن ٤ أبواب .

## الباب الأول

### نظرة عامة في الإعلان

#### تعريف الإعلان :

عرفت لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية الإعلان بأنه : الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات ، بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.

ويلاحظ أن الإعلان حسب رأى لجنة التعاريف المذكورة يشمل على عدد من طرق النشر التالية،

على سبيل المثال وليس الحصر :

- الصحف والمجلات .
- الأفلام السينمائية والصور المتحركة .
- البريد .
- الإذاعة والتلفزيون .
- المصقات بوسائل النقل .
- الإنترنت .

#### الإعلان التجارى :

قد يكون الإعلان عن سلعة أو خدمة ، ويحتل يعرف : "بالإعلان التجارى" . وقد يكون عن فكرة أو مؤسسة اجتماعية أو دينية، ويسمى: "بالإعلان غير التجارى".

ولا شك أن النفقات الخاصة بالإعلان - هي جزء من تكلفة التسويق - كبيرة ، وتختلف كميتها حسب وسيلة الإعلان والنشر المستعملة .

#### الإعلان في التجارة :

أصبح الإعلان يستعمل في نواحي التجارة ودوائر الأعمال ، وهذا ما دعى كثيراً من الباحثين إلى القيام بعدة دراسات في هذا الشأن ، كان من نتائجها الوصول إلى بعض العموميات ، التي يمكن ذكرها فيما يلي :

- ١- يستعمل الإعلان عادة في ميدان التجارة لتحقيق الأرباح في المدى الطويل . والفرض من ذلك هو: تشجيع التفاعل المستمر .

## البحوث

٢- إن فرص استخدام الإعلان بنجاح تتفاوت وتختلف إلى حد كبير ، وليس هناك أى ضمان للنتائج الموجودة من استخدام الإعلان .

وعلى ذلك ، يتوقف نجاح الإعلان على عدة عوامل ، منها ما يأتي :

( أ ) ضرورة ميل الاتجاه العام للطلب في الصناعة إلى الارتفاع .

( ب ) ضرورة وجود فرصة لإثارة الطلب الخاص ، أى الطلب على نوع خاص من السلعة ، وتوافر هذه الفرصة في عدد من الحالات ، مثل : إمكانية تمييز السلعة ، وعندما تتوقف إشباع حالة المستهلك على عدد من الصفات غير الظاهرة في السلعة والتي يمكن تقديرها عند شرائها ، وعند وجود دوافع عاطفية للشراء مثل : رفع المستوى الاجتماعي .

٣- الإعلان جزء لا يتفصل عن الخطة العامة للمنشأة ، ولا يمكن أن يعمل في عزلة .

ويعمل رجال الأعمال دائماً على تقليل تكاليف الإعلان بقدر الإمكان ، بدراساتهم المستمرة للسوق وقياسهم لأثر الإعلان ونتائج حملاتهم الإعلانية .<sup>(١)</sup>

## أهداف الإعلان :

إن دراسة الإعلان وإدارة النشاط الإعلان للمشروع ، لا بد وأن تركز على فهم واضح محدد للأهداف التي يسعى الإعلان إلى تحقيقها . ولا شك أن أهداف الإعلان في مشروع معين ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف العامة ، التي يسعى هذا المشروع إلى تحقيقها .

وفائدة تحديد الأهداف الإعلانية للمشروع تتمثل في : أنها تقدم غرضين أساسيين هما :

١- أن الأهداف توجه الجهود والموارد في اتجاه محدد ، وبذلك يكتسب النشاط الإعلاني معنى وفائدة .

٢- أن الأهداف تستخدم كأساس للقياس وتقييم النتائج ، ومقارنة ما تم الحصول عليه فعلاً بما كان يجب تحقيقه ، كما تعتبر وسيلة لتقييم كفاءة وإنتاجية النشاط الإعلان للمشروع . وحيث إن أهداف النشاط الإعلان للمشروع ، ترتبط بأهداف المشروع العامة ، كان لا بد من عرض سريع لأنواع تلك الأهداف العامة .

ويمكن القول بصفة عامة أن هناك اتجاهين للتفكير في أهداف أى مشروع :

الاتجاه الأول : يرى أن الهدف الأساسي هو : تحقيق أقصى ربح .

**الاتجاه الثاني :** يرى أن هدف المشروع هو : تحقيق التوازن بين مصالح أصحاب المشروع، والمستهلكين ، والعمال ، والإدارة . وليس هنا مجال للمفاضلة بين هذين الاتجاهين، ولكن ما يجب تأكيده هو : أن طبيعة الأهداف التي يسعى النشاط الإعلاني إلى تحقيقها سوف تختلف باختلاف أهداف المشروع ذاته .<sup>(٧)</sup>

### أنواع الإعلان :

ينقسم الإعلان إلى عدة أنواع ، يحددها ما يلي :

**أولاً :** نوع الجمهور الموجه إليه الإعلان .

**ثانياً :** نوع المعلن :

١- إعلان دولي أو عالمي

٢- الإعلان القومي

٣- الإعلان المحلي

**ثالثاً :** الوسيلة الإعلانية :

١- الصحف . ٢- المجلات .

٣- الصحف والمجلات المتخصصة . ٤- الإذاعة .

٥- التلفزيون . ٦- السينما .

٧- الإعلانات الخارجية كاللصقات واللافتات .

٨- الإعلان بالبريد . ٩- نوافذ العرض .

١٠- الكتيبات والكتالوجات . ١١- الإنترنت .

**رابعاً :** الهدف منه :

١- إعلان أولي . ٢- إعلان اختياري .<sup>(٨)</sup>

### مكونات الإعلان من حيث :

- الفكرة : لا بد أن توضح موضوع الإعلان .

- الإخراج : لا بد أن يكون متميزاً ؛ بحيث يخرج الإعلان بشكل يؤثر تأثيراً إيجابياً على المتلقي .

- النص : أن يعبر عن فكرة الإعلان بشكل مؤثر وواضح .

- التنفيذ : يتم تنفيذ الإعلان بشكل يجلب انتباه المتلقي .

### قياس فاعلية الإعلان :

بعد الانتهاء من وضع الشكل النهائي للإعلان ، يبقى هناك عامل مهم قبل البدء في مرحلة إنتاج الإعلان أو التنفيذ النهائي له ، وهو : مرور التصميم بعملية اختبار لجدوته ، وكفاءته ، ومدى ملائمة الفكرة والتصميم للرسالة الإعلانية المطلوب توصيلها للمتلقى .

وقبل البدء في الحديث عن طرق قياس فاعلية الإعلان ، يجب أولاً أن نذكر بشكل مختصر الأهداف المرجوة بشكل عام من أى تصميم إعلاني ، سواء كان إعلاناً مطبوعاً أم مقروءاً أم مسموعاً .

اتفق خبراء الإعلان على أن هناك أهدافاً محددة ، يجب على الإعلان أن يدرجها حتى يمكن الحكم عليه ، وهي :<sup>(٤١)</sup>

- جذب الانتباه .
- إثارة الاهتمام .
- استثارة الرغبة .
- إحداث الاقتناع .
- الاستجابة والحركة .
- الذاكرة .<sup>(٤٢)</sup>

وتقاس فاعلية الإعلان بقدرته على تحقيق الأهداف المرجوة منه ؛ خاصة مع ازدياد أهمية الإعلان ، وازدياد النفقات والجهود التي تبذل في هذا المجال ؛ مما يحتم ضرورة إيجاد بعض الوسائل لتقييم الأفكار والتصميمات الإعلانية وإمكان إصدار حكم على مدى فاعليتها . وعلى الرغم من أهمية عملية التقييم هذه ، فإن الوصول إلى وسائل محددة له لم يته بعد . وقد عبر بعض الكتاب بقوله : الكل يجمع على أنه من الضروري عمل إعلان عن المنتجات . ولكن للأسف هناك بعد شاسع بين الاتفاق على أن الإعلان شيء جيد ، وبين اكتشاف ما إذا كان نوع الإعلان المستخدم جيداً حقاً أم لا ، وكيف يجعله أحسن مما هو عليه ؟

وتقييم الإعلان قبل النشر يزيد من فاعلية الرسالة الإعلانية ، ويكون بمثابة تأمين لقبول فكرة الإعلان من جانب المتلقى .



ومن أساليب هذا التقييم :

أولاً : رأى الخبراء :

يحدد هنا أن نشير إلى أن أصعب المواقف التي يجتازها المصمم أو الوكالة والعمل ، هي لحظة تقديم العمل الفني في شكله النهائي ، فكل المراحل السابقة كانت قابلة للجدل والنقل والتعديل المستمر . أما بعد انتهاء العمل ، والذي قد يستغرق شهراً من التفكير والجهد لا يكون هناك مجال للتغيير ، فهي إذا لحظة حاسمة في علاقة العمل بالوكالة ، وعادة ما تأخذ أحد شكلين :

#### ١ - فلسفة ترك الرأي للعميل

وفي هذه الحالة ، تقبل الوكالة رأى العميل ، وتطلب منه تقييم العمل الفني وقبوله ، أو إحداث أية تعديلات عليه أو تغييره بالكامل إذا أراد .<sup>(١)</sup>

#### ٢ - فلسفة رأى الوكالة

وفي هذه الحالة ، تأخذ الوكالة برأى خبراء الإبداع فيها ، وتدافع عن العمل الفني ، وتنتظر من العميل أن يحترم الآراء الأخرى الإبداعية لفرق الإبداع بالشركة . وقد يفخر مديرو الوكالات بقدرتهم على الدفاع عن أعمال الشركة حتى يقتنوا العميل بها . وعلى الرغم من هذا تظل هناك حقيقة أنه لا يوجد خبر إعلان ، مهما بلغت كفاءته ، يستطيع التنبؤ بمدى تأثير الإعلان المقدم إليه أو النتائج المرجوة منه بثقة كافية .<sup>(٢)</sup>

وفي الواقع أن عديداً من خبراء الإعلان يشعرون بنوع من عدم الراحة عند طلب هذه المهمة منهم؛ لعلمهم التام بمدى صعوبة تقييم نتائج عمل فني ، وصعوبة أو استحالة هذا الطلب ترجع إلى كونه يريد منه أن " يخمن كيف يتفاعل فرد من الجمهور المستهدف بهذا الإعلان أو يتحاور معه " . وربما لهذا نجد أن الجوائز في مجال الإعلان يتم تقديرها بناء على فكرة وإبداع الإعلان ، وليس على التأثير الذي حققه الإعلان ، أو على نسبة الاستهلاك أو بيع الخدمة . وإذا كان رأى الخبراء هو أول طريق تقييم العمل الفني قبل تنفيذه ، فهناك طريق ثان تفضله وكالات إعلانية أخرى ، وهي طريقة مجموعات المستهلكين .

#### ثانياً : مجموعات المستهلكين :

وتعني هذه الطريقة اختيار عينة من المستهلكين المرتبطون بالسلعة أو الخدمة ، والذين يمثلون مختلف الاتجاهات في السوق ؛ للحصول على معلومات عن مدى تأثير الإعلان للعروض ، وقدرته على توصيل الرسالة الإعلانية وفهمها .

## المبحث

بالإضافة إلى هذين الأسلوبين هناك الإستراتيجية الإعلانية ، والتي تلخص أفضل ما يمكن للإعلان أن يحققه ، ولذا فهي تمثل أفضل طريقة يمكن استخدامها للحكم على جودة الإعلان .<sup>(٣)</sup>

إن الإعلان قد برح قضيته في كل مكان تقريباً ، ولا يجد رجلاً واحداً من رجال الصناعة أو التجارة يستطيع أن يثبت عدم فائدة الإعلان ، وأن الملايين التي تنفق عليه هنا وهناك تذهب هباءً منثوراً .

وما لا شك فيه ، أن الإعلان الحديث هو ثمرة للصناعات المضخمة . ولما كان الإنتاج قد تقدم من حيث الكم والكيف بفضل التقدم التكنولوجي ، كان لا بد من إيجاد التوازن بين العرض والطلب . وهكذا ، نجد أن الإعلان قد ضاعف من قائمة حاجات إنسان أوائل القرن الحادى والعشرين ، وأثر بملك على النظام الاقتصادى كله ؛ حيث قام بتبسيط الإنتاج وتوجيهه وتنظيمه .

في هذا الصدد ، يمكن القول : " إن استمرار زيادة الإنتاج يتطلب في الواقع زيادة الاستهلاك ، وهو أمر لم يعد من السهل تحقيقه ؛ نظراً لأن الحاجات الأساسية قد تم إشباعها . ولذلك ، فإن جزءاً مهماً من الموارد الاقتصادية إنما يتجه نحو تنمية عادات الاستهلاك ، وخلق عادات جديدة له ، حتى يستمر الإنتاج في التوسع المستمر . فالحاجات التي تشبع الآن لم تعد مقصورة على الحاجات البيولوجية الأولية ، وإنما هي حاجات نفسية واجتماعية وثقافية تخلقها البيئة التي يعيش فيها الفرد . ومن ثم ، فإن نفقات الدعاية والإعلان لم تعد مجرد وسيلة لتوفير العلم لدى المستهلكين لوجود السلعة وعصاها ؛ وإنما اعتبرت بشكل خاص وسيلة للتأثير على إرادة المستهلكين وأذواقهم ؛ بخلق حاجات جديدة لديهم لم يكونوا يشعروا بها ، فيما لو لم تنفق هذه المصاريف . ولذلك .. فإنه في ظل مجتمع الاستهلاك يصبح الإعلان جزءاً عضوياً من جهاز الإنتاج ، ودونه لا يستطيع هذا الجهاز الاستمرار والنمو "

ولكن يوجه إلى الإعلان عدة انتقادات ، منها :

- الإعلان يخلق قيماً مادية .
- الإعلان يجعل الناس تشتري أشياء هم ليسوا في حاجة إليها .
- الإعلان خادع مضلل .
- الإعلان كثيراً ما يكون مزعجاً ومتواضع الذوق .
- تؤدي الرعاية التجارية لوسائل الاتصال على وجه العموم إلى برامج ضعيفة . ويرد مؤيدو الإعلان على هذه الانتقادات وغيرها بأنهم مقتنعون بوجاهتها ، ولكنهم يضيفون أنها ليست موجهة إلى

## البحوث

الإعلان ، ولكن إلى الظاهرة التي تتجاوزها ؛ ألا وهي : ظاهرة التقدم التكنولوجي الذي أدى إلى ضخامة الإنتاج . وهذه الضخامة التي لا كان لا بد لها من أن تبحث عن أسواق خلقت الإعلان واستخدمته ؛ لا ، بل بالفت في استعماله .

إن لهذا التطور أو التقدم التكنولوجي طابعه القدرى .

فالغاية للإعلان لن يغير شيئاً من الوضع ؛ لأننا نكون فعلنا كمن يدعى علاج أعراض مرض ، دون أن يصل إلى سببه الحقيقي ونكون حرماناً الإنتاج من صمام أمن أصبح ضرورياً ، فنعرض لخطر وقوع أزمات من نوع آخر مثل التي تنجم عن البطالة ، والتي تعاقب منها الآن الدول الصناعية .

إذا ما ازدهرت الأعمال وانخفضت البطالة ، كف الناس عن التفكير فيما يجنيه لهم الغد ، فإن الملصقات سرعان ما تغطي الحواجز الخشبية المعدة لها ، وتتلئ الصحف بالإعلانات ، وتضاء اللاتعات ، وتتنافس الشركات والمصانع على حزم الوقت في البرامج الإذاعية والتلفزيونية .

فالإعلان لا يخلق الإحساس بالرضا فحسب ، بل يشترك فيه ويشهد عليه ، إنه دليل على الرخاء ، وتطور مستوى الإنتاج ، وتكاثر أنواع السلع ، ويساهم الإعلان في مظاهره الخارجية وفي وسائله الخاصة به في تزيين الحياة .

إن التقدم الذي تحقق في مضمار الإعلان خلال السنوات الأخيرة ، ساهمت فيه الفنون المطبعية مساهمة لا يستطيع أحد أن ينكرها في رفع مستوى الإعلان إلى حد الإتقان . ولقد أصبح الإعلان قطعة فنية رائعة ؛ هذا إذا ما تركنا جانباً بعض الإنتاج الإعلاني البعيد كل البعد عن الذوق السليم .

وقد أصبح لدينا في مصر فنانون متخصصون فيه ، استطاعوا أن يتكروا لوحات إعلانية جيدة ، ولكن أشد ما يحقش القائلون على الإعلان أن يتعد فنانهو به عن نطاق الواقع إلى نطاق التصوير السريالي ، الذي تاه فيه عدد كبير من مصوري الإعلان في أوروبا ؛ وخاصة في فرنسا وإيطاليا .

ومهما يكن من أمر ، فإن الإعلان ما هو إلا ظاهرة حتمية وجدت منذ وجود المجتمع الإنساني ، وأفضل جو له هو : الاقتصاد الحر .

وسواء كان الإعلان حراً أو موجهاً ، فوجوده ضرورى ؛ إلا إذا مر الإنتاج بظروف تحد منه ، أو أصاب العالم أزمة اقتصادية ماحقة .<sup>(٣)</sup>

## الباب الثاني

### الفضائيات العربية ودورها

#### مقدمة

مع انتشار الفضائيات في عالمنا العربي أواخر القرن الماضي ، توقع كثيرون أن تسهم هذه الفضائيات في دعم الوحدة العربية ورفع سقف الحرية ، ونشر الثقافة وتقديم الأخبار الأكثر صدقاً واحتراماً لعقل المشاهد، بل والانطلاق من أسر المحليات إلى فضاء العالميات والدوليات، فلا يصبح المشاهد أسيراً لأخباره القطرية المصاغة بإحكام وتوجيه من القائمين عليها ، بل يصبح له مطلق الحرية في انتقاء القناة التي تزوده بالخبر الصحيح أو الأكثر إقناعاً على الأقل .

لقد زادت حدة المنافسة بين الفضائيات العربية بشكل خاص لجذب أكبر عدد من المشاهدين ، وسلكت من أجل ذلك شتى الطرق والوسائل والبرامج المشروعة وغير المشروعة ؛ فكان أن حققت بعض هذه الفضائيات نجاحاً مشهوداً على المستوى العربي، ونالت المصداقية واستطاعت بالفعل أن تجذب الجماهير إليها ، في حين أن بعض الفضائيات ظلت أسير نطاقها الضيق ، ولم تعد عن كونها إعادة بث للقناة الأرضية للدولة ما ، كثيراً ما يلجأ مواطنوها إلى فضائيات أخرى لمعرفة أخبارهم المحلية الصحيحة .

أمر آخر ، توقعنا أن تسهم فيه الفضائيات العربية وهو : كسر قاعدة أحادية المعلومات والأخبار ، التي تستلحق في كل لحظة من دول العالم الصناعي إلى دول العالم الثالث . ولكن شيئاً لم يحدث على أرض الواقع ، بل مع وجود الفضائيات العربية - باستثناء بعضها - فإن المراقب كان يأمل أن تتم معالجة هذا الخلل . ويعزو هذا الفشل من قبل الفضائيات العربية في أداء الدور إلى أن الغرب الصناعي ما زال يحتكر الوكالات الإخبارية الأربع الكبرى لبث الأخبار العالمية ، ومازال يحتكر مؤسستين أو ثلاثاً للصورة الحرة مع عدم وجود شبكة أخبار عربية فاعلة ، تمتلك مقومات النجاح لتزويد المخططات العربية بالأخبار المطلوبة ، وعدم سرعة تحرك الشبكات الغربية إلى مواقع الحدث ، وإدهاش المشاهدين بدقة التغطية وآنيته .

## الفضائيات وثقافة المشاهد :

هناك حاجة ماسة لتواصل ثقافي عربي يرسخ دعائم الوحدة العربية ، التي نسعى إليها بعد م شاهدنا ما آلت إليه دول أوروبا من توجيه نحو الوحدة والاندماج .

ونظراً لأهمية هذا التواصل ، كان للفضائيات دور كبير في هذا التواصل ، لها من نقاط القوة م لا تملكها القنوات المحلية ، حيث إن هذه الفضائيات تستطيع أن تلقي حواجز الرقابة وعرقلة وصول الكتاب أو المجلة إلى الأطراف الأخرى في العالم العربي ، ونستطيع وبسهولة بناء ثقافة جيدة لدى المشاهد العربي وتعويضه عن فقدانه عادة القراءة ، وشيوع الأمية الثقافية بين الجماهير العربية التي يمرر الإعلام الغربي والأغنية الراقصة ومباريات كرة القدم . وبما يسهل عملية البناء هذه من قبل الفضائيات وجود القواسم الثقافية المشتركة في الدول العربية . ولعل أهمها الجذور الموحدة للثقافة العربية ، ووحدة اللغة بين الشعوب العربية والمصادر المشتركة للحركة الثقافية ، ولكن كثيراً من هذه الفضائيات فهمت هذا البناء في أضيق صوره ، واقتصرت في دورها هذا على مقابلات الفنانين والمطربين العرب دون غيرهم ، وعلى مسابقات ثقافية ضحلة ساذجة ومكررة ، واستخدام اللغة العامية في أكثر البرامج .

واليوم ، ومع ظهور الفضائيات العربية : الحكومية والأهلية ، نجد لزماً علينا إيجاد رأى عام ليس داخل الوطن العربي فحسب ، بل في بقية دول العالم يتركز على إبراز قضايانا العربية ، وبصورة مقنعة وواضحة عبر إيصال المعلومة الخيرية بالصوت والصورة إلى الوكالات العالمية ؛ من أجل مواجهة الانخاز الواضح لوكالات الأنباء العالمية ضد دول العالم الثالث ، بهدف إيجاد توازن إخباري يحول دون نقل صور الكوارث والانقلابات من دول العالم الثالث مقابل الصور الجميلة والحضارية من الدول الصناعية .

## تقريب الجمهور العربي :

لا شك أن الفضائيات تلعب الآن دوراً مهماً في تنوير الرأى العام ؛ خصوصاً في المنطقة العربية التي تحتاج إلى وسائل تقريبها وتوحيدها وبث المعرفة عن الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأدبية عن الجمهور العربي ، ولكن يقف حائلاً أمام هذا التقارب روح القطرية الضيقة ، والشعور بالتعالي من قبل مسؤولي بعض القنوات العربية ، وإضفاء التميز " للزعوم " في إعلام بعض الدول العربية الذي يقطع جسور المحبة العربية بين الشعوب .

فما أجمل أن نشاهد برنامجاً من اليمن وآخر من المغرب ، وتقريراً من فلسطين ، وفيلمًا من مصر . وبرنامجاً سياحياً من تونس ، وهكذا .... دون تشنجات أو دعوات محلية وإنكار للدور الآخرين من المبدعين العرب .

## البحوث

فالجُمهور العربي تدرّج من دائرة الإعلام الموجه والضيق ، وبدأ يرى عشرات الفضائيات التي أزلت عن دماغه آثار البث الدعائي السياسي ، وبدأ يقارن بين الفث والسمين .

لقد ساد تفكير أو اتجاه إخباري في المنطقة العربية منذ الخمسينيات ، عول كثيراً على الدعاية السياسية وإبراز محاسن الأنظمة ، وإهمار المستمعين والقراء بمنجزات العهد الفلاني ، الأمر الذي شكّل رأياً عاماً محدداً تجاه سياسة البلاد الفلانية وعلاقتها مع الدول الأخرى .

وعالم اليوم المتطور يختلف كثيراً عن فترة الخمسينيات ، ويحتم دون ما شك أن تنفض القنوات الفضائية عنها ( الغبار الخميني ) وتتابع التطور الإخباري ، سواء ما تعلق بالقيم الإخبارية أم بالجوانب التكنولوجية في تقديم الخبر .

ونحن نعلم مدى إقبال الجمهور العربي على القنوات الأجنبية لمحاولة استقاء الخبر اليقين منها ، وذلك لم ينتج عن حب لتلك القنوات ، بل لأن التجربة في الإعلام العربي أفقدت الإنسان مصداقيته في وسائل إعلامه .<sup>(٨)</sup>

يجب الاعتراف بأن الفضائيات قد وصلت إلى كثير من العقول العربية مثقفة ومتعلمة وبسيطة ، هذه حقيقة لا بد من الاعتراف بها . وأسباب هذا الاختراق الفضائي يعود إلى تقييدها المبهمة وإلى سرعة التعليب حتى أصبحت صناعة رابحة في العصر الحديث ، فقد أثر هذا الاختراق الفضائي واللاتقان في أغلب إنتاجه بشكل أو بآخر على القنوات المحلية الثقافية ، التي فاتها إعداد خطة عصرية للمعلومات ، أو هي لم تواكب روح العصر الحديث . إن عصر المعلومات قد احتضن قنوات فضائية عديدة عربية وغير عربية ، بمعلومات جديدة في بعض مضامينها وفي طرق عرضها تليغزونيّاً على وجه الخصوص ، بما أوجد هوة سحيقة بين معلوماتنا الوطنية أو القومية التي تعلمناها وبين المعارض في هذه القنوات بل لعسل طريقة العرض لبرامج الفضائيات - أو الشكل - يفوق المحتوى في كثير من البرامج ، فضائية L.B.C مثلاً تقدم عروض الأزياء واللباس الأوروبي، بما لم نعهده في كثير من الدول العربية والإسلامية، الأمر الذي قلّده فضائيات عربية تقليداً أعمى ، كما أن بالفضائية اللبنانية من البرامج ما يرفع علم الثقافة الأوروبية المتحررة جداً ، لكن ألا يؤثر مثل هذه البرامج على مجتمعاتنا وبناتنا قبل أولادنا ؟ بل ألا تمس بالكثير عقائدنا إن أردت الدقة في التعبير ؟

أمام هذا التيار الفضائي الذي يحتاج عقول الأمة العربية ، واحتراماً لتعبير البيان في اللغة الإعلامية من أن القول والعمل لا ينقسمان لترابطهما ، فإن فحص برامج الفضائيات - المتوسعة يوماً بعد آخر

## البحوث

- يبيننا وينبه الإعلاميين العرب إلى ضرورة البحث العلمي في مصدر هذه البرامج والكشف عن هويتها الحقيقية عربية أو غير عربية ، ناهيك عن فضائيات أجنبية لا نستطيع إلا أن نقف حيالها صامتين ، ولا نستطيع أن نرفع القلم ضد فضائياتنا العربية ولا القول بأن بعضها يعمل لمصلحة سياسة الغرب .

لكن نستطيع أن نقول : إننا بكم برامجنا الحالية تعمل على خدمة أهداف الغرب ، وتعمل على انتشارها واتساع رقعتها في فرض السياسة الفضائية الأجنبية وتكريس ثقافتها ودون أن تعلم . ونظرة إلى عدة برامج في فضائيات عربية ، وهي قليلة والحمد لله ، تطلعك على انتهاكات للباس الحري وطمس للحشمة ، وعروج سافر على التقاليد والعادات الاجتماعية العربية ، وإلغاء للنزق السليم وتخطيم لقيم الجلال عند الإنسان كما نفهمه نحن العرب. <sup>(١)</sup>

وعلى الرغم من تزايد المحطات الفضائية العربية على نحو لافت للنظر ، لم نفكر حتى الآن بتأسيس اتحاد عربي للفضائيات العربية ، أو فضائية عربية واحدة على أقل تقدير لمحاكاة العقل الغربي والمستهلك العالمي للمادة الإعلامية ، كي نمكس وجهات نظرنا بالأحداث ، وكي نعرف العالم بثقافتنا وبحقيقة الثقافة العربية والعقل العربي : تراثه وآفاقه وهواجسه . لذلك ، اعتمدت وسائل الإعلام الغربية ما تراه مناسباً لتمثيل العرب ، بدلاً مما نراه نحن مناسباً لذلك. وهكذا كان صوتنا في الفضائيات العالمية أحرس، وهذا ما فتح الطريق للأعسرين كي يشككنا ويمثلنا ويصورنا كيفما يشاء ، ونحن نراقب ما يجري بلا حول ولا قوة . إن الحاجة اليوم ماسة إلى فضائية عربية منفصلة من تحديات المحلية ومستقلة بنفسها من الذبيلة للفضائيات الغربية ... فضائية تمتلك من الشجاعة والثقة بالنفس ما يكفي لاعتماد اللغات الأجنبية كي تتمكن من إيصال صوتنا إلى العالم ، ونقنع الجمهور أننا كان بحقيقة مواقفنا ومنظوراتنا وفهمنا لما يجري ... علينا أن نمنع عملية تمثيلنا من قبل الآخرين عن طريق تمثيلنا لنفسنا وهذا الأمل مناسط بمسعة عربية مقبولة من جميع الأطراف ، يمكن أن تجذب وتستمر أذكي وأكفأ العقول المدربة تدريباً أكاديمياً رفيعاً ، والمتخصصة بالدراسات الثقافية والمتمكنة من الاطلاع من إدارة هذا المشروع المنتظر. <sup>(٢)</sup>

وفي استفتاء أجرته جريدة البيان الإماراتية في استطلاع للرأي العام ، توصلت إلى ما يلي :  
قناة الجزيرة : جيدة في أخبارها تشبه CNN في برامجها السياسية مثيرة للفضاضة النائمة ، وهذه الإشارة لا توصلنا إلى هدف سوى تحفيز الواعيات وإثرائها .  
قناة L.B.C : تنفقر إلى الوقار والحشمة والثقافة مروجة ومثيرة للفتنة تنال النزق والتقاليد العربية .  
قناة المستقبل : أخبارها جيدة وما عداها يتنافى العادات والتقاليد .

## البحرث

**قناة الشارقة :** متميزة ببرامجها الثقافية والدينية ، فقيرة بأخبارها وبرامج الأطفال .

**قناة دبي :** تقليدية تحتاج إلى التغيير والارتقاء بمستواها ، وتغير الوجوه مهم جداً كما تحتاج لتعزيزها ببرامج مصنوعة لا معلية أو منقولة .

**قناة عجمان :** دعائية ذات تسليية تهمش الثقافة والوعى ، تحتاج إلى تعزيز الجانب الثقافى والاجتماعى ومراعاة العائلة .

**M.B.C :** بدأت بشكل جيد - فقد كانت وحدها - وتدنت عن مستواها .

**قناة أبو ظبى :** متميزة فى كل شىء .

**القناة المصرية الفضائية :** قناة محترفين ومتميزة .

ويطالب الجمهور ببرامج اجتماعية وثقافية تتوازن مع المتعة المقبولة والمسابقات ، أو التسليية التى تصنيف جديداً ، ولا تهمش المعلومات كما يطلب باهتمام أكبر بالطفل والشباب والعائلة والعلم واختيار المواضيع الجيدة فى أفلام السينما والمسلسلات ، بما يخدم النوق الرفيع والفكر وينمى المعرفة .

وعلى الرغم من مرور أكثر من ثلاث سنوات على هذا الاستفتاء .. إلا أنه من الملاحظ أن كلاً من القنوات المذكورة استمرت على النهج نفسه الذى ورد فى هذا الاستفتاء .<sup>(٢)</sup>

وقد حرصت القنوات الفضائية المصرية على زيادة وتنمية حجم مشاهديها فى الوطن العربى . والعالم ، فى سباق المنافسة بين الفضائيات العربية والعالمية منفتحة على ثقافات العالم المختلفة وحضاراته محفظة بمويتها المصرية والعربية .

**تركز على عدة محاور ، أهمها :**

■ انتشار نطاق تغطية القنوات لتصل إلى الجمهور المستهدف على المستوى العالمى كالفضائية المصرية التى وصلت إلى شرق وجنوب آسيا وأستراليا ، وعلى المستوى العربى والأفريقى والأوروبى مثل المصرية ٢ و Nile TV .

■ دعم التواجد فى العواصم العربية المؤثرة لقنوات القطاع ؛ لتقوية روابط الصلة المباشرة بين القنوات ومشاهديها من المصريين المغتربين والعرب بصناعة أحداث إعلامية وفنية وثقافية ، تغطيها القنوات من هذه العواصم منفردة أو الفضائية لهذه الدول .

■ التوسع فى إنتاج برامج البث المباشر المشترك مع الفضائيات العربية على المستوى الثنائى أو أكثر ، تلبية لرغبات هذه القنوات ، أو بمبادرة من الفضائيات المصرية .



## البحرث

- توسيع نطاق التجربة الحديثة للقطاع بإنتاج برامج عن الأنشطة الثقافية والفنية والتجارية التي تشهدها العواصم العربية ، من خلال إيفاد بعثات إعلامية من قنوات القطاع إلى هذه العواصم ، بالتنسيق مع أجهزتها المعنية ، كما تم إيفاد فريق عمل إلى المغرب لتصوير برنامج بعنوان " المغرب بعيون مصرية " ، والبقية تأتي مع بقية العواصم العربية .
- التوسع في إنتاج البرامج والتغطيات التي تربط المختبرين المصريين العاملين بالدول العربية ، والمختبرين المصريين والعرب في العالم توطنهم الأم ، وتلقى رغباتهم التي عبروا عنها لبعثة مشتركة من وزارات الداخلية والثقافة والخارجية والقوى العاملة .
- الإنتاج الكبير لعدد من برامج الحوارات الجماعية الساخنة ، التي تشرك كبار الخبراء وأوسع عدد من المشاهدين في مناقشة قضايا الحياة المصرية والعربية المعاصرة .
- التحديث التكنولوجي المستمر لأستوديوهات قنوات القطاع وإمدادها بأحدث المعدات التي تعمل بالنظام الرقمي .
- التوسع في ترجمة الأفلام والمسلسلات والأغاني إلى الإنجليزية والفرنسية خدمة للجيل الثالث للمختبرين لتدعيم ارتباطهم بالوطن والفن والفن بالوطن الأم .
- إنتاج مجموعة جديدة من الأفلام التسجيلية في شئون السياحة والاقتصاد والصناعة والزراعة ومنجزات ورموز الحضارة والفكر المصري والعربي .
- تنشيط حركة الإيفاد التدريبي لكوادر القطاع إلى دول البروتوكولات ؛ تدعيماً لجودة الأعمال المراجعة لقنوات القطاع الثلاثة .
- تقديم تغطيات مبتكرة للأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية والرياضية... إلخ<sup>(٣)</sup>

## الهوامش

- \* دكتور كمال عبد ، خدمة الإنترنت للمسافة . الجزيرة مقال رقم ١٩٣
- \* دكتور محمد المص ، جامعة بغداد . الفضائية العربية في عصر الحوارات . مجلة الوطن السعدية ٧ يوليو ٢٠٠٢
- \* جريدة البيان دولة الإمارات العربية المتحدة دي ١١ أكتوبر ٢٠٠٠
- \* اتحاد الإذاعة والتلفزيون .

## الباب الثالث

### الإعلان في الفضائيات العربية

#### التطور في الإعلانات الفضائية

بعد التلفزيون بشكل عام أكثر الوسائل الإعلانية قوة وإقناعاً ، إلا أنه في الوقت نفسه لا يكون بالضرورة مناسباً لكل المعلنين من جمهوره العريض ، وما به من مميزات كثيرة يريدها المعلن ، فإنه - بجانب ذلك - مكلف ، يفرض بعض القيود الجامدة فيما يتعلق بفكرة وشكل الإعلان . فإعلان التلفزيون غير مسموح به بالفعل في بلدان كثيرة على بعض السلع مثل : السجائر والأدوية ، في حين أنه في بلدان أخرى يكون الوقت المسموح به للإعلانات محدوداً ؛ بحيث يصعب تنفيذ حملة ذات قيمة . ولهؤلاء المعلنين الذين يتخلون على تكلفة التلفزيون العالية ، وكذلك على قيود الإعلان به ، بعد التلفزيون أيسر وسيلة إعلانية متاحة .. ولقد أصبح التلفزيون هو المستوى الذي تقاس عليه بقية الوسائل الأخرى بمحاجها . فالهلات ، والجرالد ، وعطرات الراديو ، وشركات المصنق ، دائماً ما تقارن عرضها بعروض التلفزيون ؛ مدعين - غالباً - أنه لديهم أقل تكلفة ، وأن تأثيرهم على راكبي السيارات ورجال الأعمال أكبر من تأثير التلفزيون عليهم . والسبب في إعطاء هذه الأهمية لإعلان التلفزيون أن معظم المعلنين الكبار في الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا يخصصون الجزء الأكبر من ميزانية الدعاية لإعلان التلفزيون ؛ فثمانية من شركات القمة العشر في إنجلترا تنفق أكثر من ٩٠% من ميزانية الدعاية على إعلان التلفزيون . وبالمثل ، فمعظم المعلنين بالولايات المتحدة يتجهون إليه .

في الوقت الحالي ، يبدو أن أفضل مشترين لإعلان التلفزيون هم - في واقع الأمر - أصحاب المصانع ، وتجار القطاعي ، ووكالات الإعلان . وفي استطلاع للرأى أجرى أخيراً اتضح أن ٧٠% من المستهلكين لبضاعة ما يرون أن التلفزيون أكثر الوسائل تأثيراً في عملية الشراء والبيع . وعلى الرغم من أن معظم طبقات المهتمتع تشاهد التلفزيون ، فإنه يؤثر بشكل خاص على ربات البيوت . وهذا هو السبب في أن استخدام التلفزيون من قبل أصحاب المنتجات الملفة يكون بكثافة عالية . فعمل حملة تلفزيونية يصرف نسبة عالية من السكان بوجود منتج معين . وعلى الرغم من ذلك ، فإن السبب الأساسي لشعبية التلفزيون لدى المعلنين هو ما توفره هذه الوسيلة من عناصر إبداعية واسعة .<sup>(١)</sup>

## رؤية مستقبلية للتلفزيون

مع ظهور التقدم التكنولوجي والتفورات الحديثة سوف يتأثر التلفزيون تأثيراً عميقاً في مجال استخدامه كوسيلة إعلانية على مدى السنوات القليلة القادمة . فقد غيرت قنوات التلفزيون الفضائية والجديدة من شكل التلفزيون ، الذي كان معروفاً منذ الخمسينيات ، بجعله أكثر عالمية ؛ حيث يمكن التقاط إرسال القنوات الفضائية الموجودة في جميع أنحاء العالم

### الأقمار الصناعية ( ستالايت ) والتطور في الإعلان :

أصبحت القنوات التي تبث عن طريق الأقمار الصناعية موضع اهتمام شديد من المعلنين ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تم كبرى شركات الأقمار الصناعية مثل "Tectur's , WTB" في أتلانتا لها تأثير متزايد على جمهور المشاهدين والمعلنين ، بالإضافة إلى هؤلاء المشاهدين الذين يستقبلون قنوات على الكابل Cable .. أما في أوروبا فهناك احتمالات أكثر إثارة لدورة الأقمار الصناعية - حالياً - مع ما لها لدى كثير من المعلنين العالميين من مكانة ؛ كوسيلة لإظهار إعلاناتهم لدى تلك الدول التي تصل إليها الإعلانات حالياً بشكل محدود أو متقدم تماماً. فشركات مثل كوكاكولا ، وشريس ، ومطوط الطيور البريطانية ، اكتسبت مواقع تجارية من خلال شركة بريطانية للأقمار الصناعية ، في حين يمكن الآن مشاهدة قناة TV's'k Channel على Cable في بريطانيا وبعض الدول الأوروبية الأخرى ، إلا أن الميزة الحقيقية تكمن في احتمالية توجيه الإشارات المخصصة مباشرة للمنازل ؛ حيث إنه يمكن تغطية القيود المحلية على إعلان التلفزيون . وهذه القنوات الفضائية التي تبث مباشرة إلى المنازل تسمى بإرسال الأقمار الصناعية المباشر ( وتختصر DBS ) .

وبالنسبة للفضائيات العربية ، أصبح بينهما تنافس شريف في صالح المشاهد العربي ؛ فكل قناة فضائية تلفزيونية تحاول جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين ؛ لأن ذلك يعود عليها بالخير من الناحية الاقتصادية والربادية يمكنها من التطوير والاستمرار في التحديد وزيادة المنافسة ؛ حيث إن المعلنين يقبلون على القنوات التي تحقق أكبر نسبة مشاهدة ؛ لكي يصل إعلالهم إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين المتضمن الجمهور المستهدف للإعلان .

لذلك .. أصبحت المنافسة بين الفضائيات العربية تمثل ظاهرة إيجابية ، تؤدي إلى فائدة الجمهور المشاهد للقناة الفضائية<sup>(١)</sup> .

## البحوث

مهما قدمت الأرقام الصناعية من خدمات .. فإن سحرها لدى الجمهور العام يبلغ مداه عندما تنقل برامج التلفزيون ، خاصة إذا ما نقلت على الهواء مباشرة أحداثاً سياسية أو رياضية مهمة ، يتطلع إليها المشاهدون ويرونها في وقت واحد وبلدان مختلفة .

ومن الممكن ، أن تسهم الشبكة الفضائية العربية في تعزيز التوجه الإعلامي القومي، ليس فقط نتيجة لزيادة كم البرامج المتبادلة ، وإنما للخاصية التكنولوجية للأرقام الصناعية من حيث قدرتها على نقل هذه البرامج في اللحظة نفسها بين بلد وآخر " فعندما يحس المواطن في الكويت وفي المغرب وفي السودان أنه يشاهد مع بقية شعوب المنطقة العربية في اللحظة نفسها عرضاً رياضياً يجري في القاهرة ، وأن الجميع يشاهدون في اللحظة نفسها بعد ذلك مهرجاناً للفنون الشعبية في الجزائر . ذا وذاك ومع تكراره اليومي سيلقى في نفوس المواطنين في البلدان العربية كلها أى إحساس بالبعد المكاني وسيؤكد في نفوسهم حقيقة انتمائهم إلى أرض عربية واحدة ، وإلى حضارة مشتركة وهو : هدف لا يختلف عليه اثنان من سكان الأرض العربية " .

أصبح الإعلان التجاري يمثل مصدراً مهماً من مصادر تمويل القنوات الفضائية العربية . هذا وقد تطور الإعلان التجاري حتى كانت الرعاية الإعلامية لبرنامج ناجح ، أو لأى رياضة من الرياضات تجذب عدداً كبيراً جداً من جمهور ، المشاهدين . وهذه الرعاية للبرامج تختار برنامجاً معيناً يهتم به نوعية معينة من الجمهور يمكن أن تكون الجمهور المستهدف لسلعته . وبعض المعلنين لا يهمهم إلا أكبر عدد من المشاهدين ، وكلما زاد هذا العدد كان يحتوى على الجمهور المستهدف لترويج السلعة .

وقد كان من مظاهر التطور في الإعلان التجاري في الفضائيات العربية أنه استفاد من الجوانب التكنولوجية ؛ من حيث الأفكار الحديثة ، وطرق التصوير وبرامج الجرافيك الحديثة ، والكمبيوتر؛ وإن كانت هناك بعض السلبات ولكن له من الإيجابيات الكثير.

واهتم الإعلان بالمحتوى الفني ، وساعد على ذلك التقنية الحديثة .<sup>(١٠)</sup>

## الباب الرابع

### الفضائيات واهتمامها بالقيم في الإعلان

#### مقدمة

بدا واضحاً في السنوات الأخيرة التقدم في القنوات الفضائية خاصة في القنوات المتخصصة مثل قنوات الأطفال وقنوات الأخبار فهي بشكل عام لا تقل ، بل في بعض الأحيان تتفوق على كثير من القنوات العالمية .

ونسوء هنا عن بعض القنوات الإخبارية العربية مثل قناة الجزيرة والعربية ؛ حيث أصبحت تتمتع بجاذب جماهري مما يجعلها مكاناً مفضلاً لبعض الإعلانات وخاصة الإعلانات الجادة والتي تبحث عن نوعية المشاهد ذى الثقافة والقدرة على متابعة الأخبار والأحداث العالمية أما عن قنوات الأطفال المتخصصة ، وبالتحديد قناة Spacetoon فهي تمثل نموذجاً لرعاية الطفل وإمداده بكثير من القيم والمعلومات في وسط عديد من الأفلام الكرتونية والأغاني .

وسوف نعرض لنوعية الإعلانات فيها من حيث الفكرة والتنفيذ والإخراج لاحقاً .

#### القيم العربية والأخلاقية في الإعلان الفضائي :

وهنا يمكن ملاحظة أن بعض القنوات الخليجية مثل : قناة أبو ظبي والسعودية MBC تلتزم منهجاً أخلاقياً في إعلانات الأسرة ، في حين نجد قنوات أخرى تعتمد على الخطأ الغربي في الإعلانات ، وعلى سبيل المثال القنوات اللبنانية مثل قناة LBC وقناة New . وبقى للفضائيات المصرية شخصية إعلانية متميزة وإن كانت تمتنع إلى التغرب والاعتماد على عرض السلع بالاعتماد على الفتيات ، وفي أحيان أخرى تحترم القواعد الأسرية المصرية والعربية .

غير أنه يلاحظ أن هناك بعض الإعلانات تتناوب وتختلف الفضائيات في عرضها ، ومنها الإعلانات الموجهة إلى الأسرة العربية بشكل عام سواء كانت منتجات خاصة بالمنزل أو بالطفل أو ببعض الأجهزة المنزلية ، وبعض المعلنين على غفابة الأسرة عن طريق محاكاة الأسرة الحقيقية دونما مبالغة سواء في المظهر أم اللبس ؛ مما يسهل على الأسرة تقبل السلعة كضرورة من ضروريات الحياة

## البحوث

اليومية ، غير أنه لا تتعجب كثيراً إذا وجدنا إعلانات الشباب تجنح إلى الإثارة والحركة سواء بسرعة في قيادة السيارة أم الظهور مع حيوانات في غابة أم إظهار بطولة رياضية ، أو غير ذلك مما يجذب الشباب. ولكن ما يؤسف له استخدام الفتيات بشكل غير متفق مع القيم العربية ، سواء برقص شباب مع فتيات أم مغازلة شاب لفتاة .. أو ما إلى ذلك من للمعالجات الإعلانية ، التي تتناقى مع التقاليد وتستخدم هذا الأسلوب .

### التأثير النفسي للإعلان :

الذى لا يمكن إغفاله في هذا السياق هو : تأثير المجتمع بشكل عام والشباب والأطفال بشكل خاص بكل ما ينم الإعلان عنه، ربما يرجع هذا جزئياً إلى الإهمار الذى عادة ما يصاحب المادة الإعلانية، بالإضافة إلى تكرار إذاعة الإعلان مما قد يجعل سلوكاً ما حتى لو كان غريباً عن المجتمع مألوفاً ومقبولاً .

والذى لا يمكن قبوله هو تحول الإعلان التجارى إلى وسيلة لإظهار أسوأ ما يمكن أن يتأثر به المجتمع وخاصة النشء ، وهنا يجدر الإشارة إلى بعض الإعلانات التي تسرف في الميوعة والخلاعة والتي لا تتلاءم بشكل من الأشكال مع مجتمع شرقى يحافظ له عادات وتقاليده وقيم يجب أن نفخر ونعتز بها ونحافظ عليها . وإذا كان الشيء بالشيء يذكر ، فلا بد من الإشارة إلى أحد الإعلانات التي أذيعت في الفترة السابقة ، وهو يخاطب الشباب والفتيات بشكل جذاب ، وفيه يدهوهم إلى تذكر موعد الصلاة في معظم الحياة العصرية .

والشيء اللافت للنظر أيضاً هو : حرص بعض إعلانات القنوات الفضائية الخليجية والتي تظهر خصائص المجتمع الخليجي من حيث الملبس والمظهر الخارجى ، بل ومن حيث بعض العادات الاجتماعية والغذائية .

### مميزات الإعلان الناجح والهدف منه :

الإعلان عملية اتصالية تتم من خلال وسائط اتصالية غير مباشرة كالصحافة ، والنشرات ، والملصقات ، والراديو ، والتلفزيون ، والسينما ، وأشرطة الفيديو ، شبكات المعلومات التي تجمع الاتصال الشخصى وتحول دون المواجهة وجهاً لوجه . وبالتالي ، يتفنى التفاعل الشخصى المباشر الفورى أو الاتصال الشخصى المباشر في الإعلان .

الإعلان نشاط اتصال مدفوع على مستوى إعداد الرسالة الإعلانية وإنتاجها ، وعلى مستوى استخدام إمكانات الوسيلة أو الوسائل الناقلة له ؛ مما يجعل المخصص أو الميزانية الإعلانية لأية مؤسسة ، تشمل جانبين : الفنى منها ( الإنتاج الإعلان ) ، والنشر أو الإذاعة .

الإعلان نشاط له هدف محدد ، يتمثل فى تحقيق مصلحة المعلن ، ويلجأ الأخير إلى وسائل وأساليب عدة لتحقيق هدفه ، وبالتالي فهو نشاط اتصال يستهدف الإقناع للترجم إلى سلوك محدد وظاهرة من قبل المعلن إليه .

الإعلان تلجأ إليه كافة المؤسسات والمؤسسات والمنشآت الهادفة للربح ، أو غير الهادفة للربح ، وكذلك الأفراد لتوفير احتياجاتهم أو ما يخلقه الإعلان من احتياجات ، وهو ما يمكن أن يطلق عليه الاحتياجات المصنعة أو المولفة أو المخلقة .

يعتمد الإعلان على التكرار للوصول إلى الجماهير المستهدفة ، ولتحقيق التأثير التراكمى ، وملاحقة الجمهور المستهدف ، ومواجعة المنافسة أو عوامل التشويش .

وضوح شخصية المعلن فى الرسالة الإعلانية هى السمة السائدة إلا فى إعلانات التشويق ، والتي تستبق ظهور السلعة أو الخدمة فى الأسواق ؛ مما يمهّد لها الطريق ، ويخلق حولها اهتماماً جماهيرياً وشوقاً ولحفاً لمعرفة واستعمالها فور ظهورها فى الأسواق

يتوجه الإعلان إلى جماعات أو قطاعات محددة من الأفراد ، بناء على سابق معرفتهم بمصالحهم ، وعاداتهم الشرائية والاستهلاكية وأنماط تعرضهم للوسائل الاتصالية . وبالتالي فهم ليسوا بالضرورة كل جمهور له الوسيلة أو المادة الإعلامية التى تلى الإعلان أو تسبقه .

فى الإعلان عناصر جذب النظر والانتباه والاستحواذ على الاهتمام ضرورية ؛ حيث إن المعلن هو عادةً الذى يسعى وراء المعلن إليه ، إلا فى بعض الحالات مثل الإعلانات المبوبة وإعلانات الوفيات ، وهو ما يمثل أحد مظاهر الاختلاف الأساسية بين الإعلان والإعلام . وبالتالي ، فكل من التحرير والإخراج يلعبان دوراً يصعب التفرقة فيما بينهما .

تتفاوت درجة استخدام الإعلان وأساليبه من معلن لآخر . وبالنسبة للمعلن الواحد ظروف السلعة أو الخدمة فى السوق ، وهو ما يمكن أن نطلق عليه : عمر السلعة ، وتسويقها ، وما تواجهه من منافسة ، أو مشكلات ، وعوامل تشويش . ومن هنا ، جاء استخدام أسلوب أو تعبير الحملة الإعلانية أكثر دقة لتعبير عن السياسة أو البرنامج الإعلان لأى منشأة

## المحسوس

تنقسم الإعلانات إلى إعلانات : مباشرة وواضحة صريحة ، وأخرى غير مباشرة تأتي في سياق مواد إعلانية كالبرامج المكفولة ، والدراما ، وبرامج للمسابقات ، ولكل منها وسائله وبجالاته واستخدماته .

يتسم الإعلان بسرعة الإيقاع ، وبحملوية مساحته مما يتطلب التركيز والإنجاز في فكرته ، والاعتصار في تحريره ، والبساطة في المعالجة الفنية وعدد الأشخاص .

حرية القائم بالاتصال - المعلن - كبيرة في تحديد ما يريد توصيله وإبلاغه للجمهور المستهدف ؛ حيث لا يلتزم المعلن بمبادئ الإعلام التي تتطلب الإجابة عن كل استفسارات المتلقي بمحياد وموضوعية .  
يمثل الجانب السيكولوجي في الإعلان بعداً أساسياً ؛ حيث إن أغلب الإعلانات تخاطب العاطفة ، أو المنطق والعاطفة معاً ، كما أن حجم الوعود والخيال في الإعلان مساحتها كبيرة .

الابتكار والتجديد في الأفكار الإعلانية ضرورة للفت الانتباه وللمخروج من مخاطر التشبع الإعلان ، والتي ينتج عنها انصراف الجمهور ... وعراجعة بعض الدراسات السابقة يجد أن بعضها اختصر بميزات الإعلان الناجح في عدد محدود من النقاط ، على النحو التالي :

- ١- الإعلان وسيلة اتصال غير شخصي .
- ٢- الإعلان نشاط مدفوع الأجر .
- ٣- الإعلان لا يهدف فقط إلى مجرد تقديم السلع والخدمات والأفكار ؛ بل يسعى أساساً إلى إقناع الجمهور المستهدف وحفزه على الشراء أو التعامل مع الخدمة .

وهو ما يتفق مع وجهة نظرنا ، بالإضافة إلى الخصائص التي أوردناها في هذا الصدد ، مما لا يؤدي إلى الخلط بين المفاهيم والأنشطة الاتصالية المختلفة ، والتي تشكل فروع ومجالات الاتصال ، وتميز هذا العصر ، حتى أصبحت جزءاً من حياة الأفراد ومحيطهم المعرفي والثقافي ، مؤثرة بذلك في تحديد أولويات اهتمامهم وتشكيل منظومة قيمهم وتحديد نماذج القدوة لديهم<sup>(١١)</sup> .

## الأفكار الأساسية للإعلان التليفزيوني

- ١- إعلان قصير تشويقي يسبق حملة إعلانية .
- ٢- إعلان قصير ورسالة واضحة .
- ٣- إعلان يعتمد على استخدام النجوم والفنانين سواء المحليين أم العالميين .
- ٤- إعلان تفصيلي يوضح مميزات السلعة ، ويعتمد على الإقناع بأهمية السلعة .



## البحوث

- ٥- إعلان ترويجي يوضح عرضًا خاصًا على المنتج .
- ٦- برنامج إعلاني وهو شراء وقت هواء وبث مادة تجذب الجمهور المستهدف ، مثل البرامج الغنائية ، ومن ثم الإعلان سواء داخل البرنامج أم قبله أم بعده .
- ٧- إعلان توعية أو خدمة للمجتمع أو إعلانات صحية أو توعية مرورية .
- ٨- الإعلان المشترك ، وفيه يتم عرض أكثر من سلعة معاً ( زيت مع سيارة - مسحوق غسل مع غسالة ) .

ويمكن تقسيم الإعلان التلفزيوني ، من حيث التنفيذ إلى :

- إعلان تصوير حي Life .
- إعلان رسوم متحركة .
- إعلان قائم على المزج بين الاثنين .
- إعلان جرافيك و 3D .
- إعلان على .
- إعلان دولي مترجم .

وللمساعدة في دراسة أنواع الإعلان ، سوف تقوم الدراسة على المقارنة بين نوعية الإعلانات المختلفة على مختلف القنوات العربية :

- أولاً : دراسة الإعلانات الموجهة إلى الأسرة وإلى الأم بشكل خاص .
- ثانياً : دراسة للإعلانات الموجهة إلى الشباب وإلى الرجال بشكل خاص .
- ثالثاً : دراسة لبعض النماذج لإعلانات الرسوم المتحركة .

## دراسة تحليلية لبعض الإعلانات الفضائية

### قناة المستقبل

- إعلان حي موجه إلى الفتيات والنساء .

يعتمد على إيقاع شرقي وفتيات عربيات وبعض العادات العربية القديمة في الأعراس ، وأم تنصح ابنتها قبل الزواج ، وبعد فترة من التشويق يتم الإفصاح عن فكرة الإعلان والفرص منه ، حين يظهر صوت الراوي للحديث عن قيمة الذهب الذي يبقى مع الأجيال .

- الإعلان يصبح بطيء الحركة مع موسيقى هادئة ؛ للتركيز على المنتج المراد الإعلان عنه .  
وهذا الإعلان ناجح في جذب الانتباه ، ثم إنه يتعامل مع المجتمع الشرقي بشكل مناسب .
- إعلان رسوم متحركة موجه إلى الشباب .  
الإعلان قائم على الرسوم البسيطة دون خلفية واللون قليل . الإعلان عن مشروب للشباب ويظهر مرسوم أولاً ، ثم باقتراب الكاميرا منه يظهر بشكله الحقيقي .  
للملاحظ أن الإعلان يتحدث عن العلاقة العاطفية بين الشباب والفتيات وهم الفئة المعنية للسلعة.
  - إعلان موجه للشباب .  
الإعلان ينفذ بأسلوب الجرافيك : ثلاثي الأبعاد ، وهو عن رعاية شركة عمول NOKIA لمهرجان جوائز الموسيقى العربية ، ويتم ذكر اسم الشركة الراعية في بداية ونهاية الإعلان مع ذكر Logo ، ويلاحظ أن شركة العمول عملت على رعاية مهرجان للفناء ، معظم من يستهدفهم هم الشباب مستخدمى العمول .  
وهو إعلان جيد جدا ويصل إلى الجمهور المستهدف بيسر وسهولة .
  - إعلان موجه إلى الأطفال والأم ( إعلان حي ) .  
إعلان عن حليب يستخدم أغنية أجنبية مشهورة ، ويقوم الأطفال وفتيات بالرقص مع الأغنية ، وإن كان العنصر الغربي مستخدماً إلا أنه يتعد عن الإسفاف .
  - نموذج لإعلان مباشر عن جملة .  
يعتمد على توضيح فكرة الجملة والفرض منها ، وخلفية ثابتة .  
إعلان له تكلفة مادية محدودة وفكرة واضحة .
  - إعلان موجه للأم والطفل قائم على المرح بين 3D والتصوير الحي .  
يستخدم الإعلان خاصية Morph في تحويل الطفل في مراحل سنية مختلفة ، مع التركيز على حجم كبير للمنتج ، قائم على توضيح فوائد استخدام الحليب الذي يعلن عنه .  
الإعلان جيد في مجمله ، وفي تنفيذ الفكرة وسهولة تذكر السلعة .

## قناة أبوظبي

### • إعلان حي 11 لا يظهر الجمهور المستهدف .

الإعلان يعرض لفترة تهم بالأناقة والحرص على التفاصيل البسيطة دون إسفاف ، ثم يظهر بعد التشويق أنه يعرض لشركة طوان تحرص على أدق التفاصيل .

الفكرة جيدة ومشوقة واستخدام الفتيات واقعي ، حيث إلحظن يمارسن هذه المهنة فعلاً في شركات الطوان .

### • إعلان ثلاثي الأبعاد ، ولا يظهر الجمهور المستهدف .

يعرض بمخاضية 3D مدينة حديثة متكاملة المرافق يصف الإعلان عدم وجود أى صور للطبيعة مع التشكيك في مصداقية المدينة ، ولا يذكر موقع هذه المدينة مما يفقده الوضوح .. فهو يعرض لمدينة جرافيكى غير محددة الموقع .

### • إعلان سيارة : الجمهور المستهدف : الرجال والشباب .

وهو قائم على رجل متوسط العمر بملابس خليجية عن سيارة فاخرة ، وهو الجمهور المستهدف بشكل خاص يمثل هذا النوع من السيارات باهظة الثمن .

استخدام الملابس الخليجية يساعد على تحديد الجمهور والإعلان في مجمله جيد .

### • رعاية الأفلام .

حيث يتم عرض الإعلان الخاص بالسلعة مرات متعددة ، داخل الفيلم أو التتويه في أعلى الشاشة عن هذا الفيلم برعاية المنتج المطلوب الإعلان عنه .

ومما لا شك فيه أن الشركة ترحى الفيلم الذى يناسب السلعة التى تقدمها ، ففى حين ترحى شركات السيارات أفلام الإثارة والحركة ، ترحى شركات المنتجات الغذائية الأفلام الاجتماعية الهادئة .

وهذا النوع من الرعاية يكفل للمعلن الوصول إلى الجمهور المستهدف ، سواء الشباب في أفلام الإثارة أم الأسرة في الأفلام الاجتماعية .

● - دورى أبطال العرب .

وهنا ، نرى كيف تم استخدام الإعلانات التجارية في هذه البطولة ، والتي تعرض على شاشة واحدة ، وهذا يتم التسويق للاشتراك في هذه الخدمة .

أما عن داخل مباريات الكرة ، نجد كرنفلاً من الإعلانات في كل مكان على ملابس اللاعبين .. على الأكمام والجوارب .. على لوحات الملعب .. على أماكن تحلية . وحتى بعد التعليق على المباراة نجد لوحات ثابتة لمختلف المنتجات .

وتتنوع الخدمات المعلن عنها من خلال المباريات ما بين مشروبات ومأكولات وشركات محمول وبنوك وحتى شركات الطلاء ، وما لا شك فيه أنه على الرغم من شعبية الكرة وعدد جمهور المشاهدين لها ، إلا أن كثرة الإعلانات مع حركة اللاعبين السريعة تضعف من فائدة الإعلان .

● إعلانات من قنوات الأطفال ( قناة Spacetoon )

الإعلانات في هذه القناة موجهة بشكل أساسي للأطفال ، وبشكل غير أساسي للأُم التي أحياناً ما تشارك أطفالها متابعة هذه البرامج ، ويمكن تقسيمها إلى :

- إعلانات توعوية .
- إعلانات خدمية .
- إعلانات استهلاكية .

بلا حظ بشكل عام الاعتماد على عنصر اللون والإيمار وبساطة الأفكار للوصول للطفل .

وسوف نعرض بالتفصيل بعض هذه الإعلانات :

١- إعلانات توعوية .

للحُص على الأخلاق الكريمة ، والأسلوب منفذ بأسلوب 3D ، مع استخدام متميز لعنصر اللون والرسم ؛ مما يسهل وصول الفكرة إلى الطفل بشكل جذاب بل ويحببه فيها .

٢- إعلان خدمي .

الإعلان عن مستشفى للصحة النفسية ، وهو موجه بشكل أساسي للأُم غير أنه يحتفظ بالصيغة الأساسية للقناة ، ويتمتع بألوان جذابة وبساطة الفكرة .

وفيه نلاحظ أن معظم الإعلانات منفذة باستخدام الرسوم المتحركة مع عمل شخصيات مميزة للمنتج ؛ حتى يسهل ارتباط الطفل بالشخصية ، وبالتالي بالمنتج ويخرج بعض هذه الإعلانات بشكل مستدخل بين الرسوم المتحركة و3D حتى يزيد من عنصر الجذب في الإعلان لدى الأطفال . وبعض الإعلانات الأخرى تعتمد على التصوير الحلي للأطفال صغار يستخدمون منتجاً ما ، مع الحفاظ على جمال اللون في الإعلان ، وهو في مجمله جيد جداً من حيث الفكرة والتنفيذ .

### التوصيات

★ يجب أن يراعى الإعلان السلوكيات الاجتماعية والقيم والتقاليد والمادات والأعراف والثقافات العربية ، وأن يتعد كل البعد عن كل ما لا يناسب التربية الاجتماعية والثقافة العربية ، يراعى كذلك صحة المواطن البدنية والنفسية والاجتماعية .

★ أن يكون الإعلان وسيلة للمعرفة وإعطاء المعلومة الصحيحة ، خصوصاً لعمامة الشجب التي تحتاج إلى ذلك خاصة ، وأن التلفزيون دحل إلى الريف العربي .

★ يجب عرض الإعلان في أوقات تناسب الجماهير ، وعدم تركيزه في ساعات معينة ، والعمل على عدم قطع البرامج التلفزيونية لإذاعة إعلانات ، ولكن من الممكن أن يكون الإعلان قبل وبعد العمل الدرامي ؛ لأنه قد يؤدي إلى قيام المشاهد أثناء إذاعة الإعلان مما يفقد الإعلان قيمته .

★ أن يراعى الإعلان الذوق العام ، وأن يكون أداة لتنمية الذوق والفكر والثقافة ، ويساند أهداف التنمية الاجتماعية في المجتمع العربي ، ويلبي في الوقت نفسه متطلبات القطاعات الصناعية والتجارية .

★ الاعتماد عن المواد والشخصيات من الرجال والنساء والأطفال الأجنبية والعربية ، التي تظهر صوراً اجتماعية لا تناسب المجتمع العربي .

★ يجب اختيار نصوص الإعلانات بعناية مع مراعاة عدم استخدام لغة وأداء هابط يخرج اللغة العربية عن مضمونها .

★ يجب عدم استخدام التراث بشكل عشوائي يشوه صورته ، خاصة أمام الأطفال والشباب الذين يشاهدونه ، وخاصة أغاني التراث الجميلة يوضعها في إعلانات بحيث تفقد الأغاني مضمونها .

## البحوث

\* ترشيد عرض الإعلانات ، بحيث لا يغطي المعيار التجارى على جميع المعايير الاجتماعية والثقافية والتراثية ، ويجب أن يكون هذا مراقبة الدولة ، لأن تأثيرها السلبي يمتد إلى الأجيال القادمة.

\* سن القوانين التى تنظم الإعلان من جميع جوانبه ومراعاة نوعية ومستوى القائمين على النشاط الإعلاني ومستواهم العلمى والثقافى ومؤهلاتهم المتخصصة ؛ لأن الإعلان أصبح فناً وعلماً وصناعة ، وأحد الأنشطة الاتصالية ذات التأثير العميق والمتعدد الجوانب .

\* عدم استخدام النساء فى الإعلانات بطريقة تثير الغرائز ، ولا تناسب القيم العربية ، وتفقد التركيز على السلعة الأساسية .

\* كلكل ترشيد استخدام الأطفال فى الإعلانات ؛ حتى لا يتعرض الطفل إلى مخاطر مثل التى يتعرض لها فى أى عمل أو أية ورشة ، مع وضع الضوابط التى تؤمن سلامتهم فى حالة استخدامهم .

\* فى حالة استخدام الاستعراضات فى الإعلان ، يجب أن تبتعد عن التلوث السمعى والبصرى والثقافى والقسيمى ، وألا تحمل عبارات وصوراً خارجة ، ويجب ترشيد عنصر الإهمار فى الإعلانات ؛ حتى لا يحدث رد فعل مضاد لدى الجمهور الموجه إليه الإعلان .

## خاتمة

والآن ، نجد أن الفضائيات العربية قد شهدت تطوراً هائلاً في فن الإعلان ، وانطلقت نحو العالمية ، في حين حافظت كثير منها على الخصائص المتميزة للشعوب العربية ، وحاربت إلى حد كبير طغيان الفكر الغربي على المواد الإعلانية .

وعلى الرغم من ذلك ، يظل عديد من التساؤلات : هل يمكن أن يصبح الإعلان لغة للتواصل مع الآخرين وتوضيح حقيقة الساحة العربية ؟

هل يمكن أن نعرّ بالاعلان الحواجز النفسية الكثيرة ، التي أصبحت تفصل بين العالم العربي في مجمله ، وعديد من دول العالم ؟

هل يستطيع المبدع العربي التخلص عن الأفكار السلبية ، وسوء استخدام الفتيات للترويج للسلع بشكل مناسب وغير مناسب ؟

نأمل أن نكون قد عرض رؤية للإعلانات الفضائية العربية بشكل عايد .

والله المستعان

### المراجع

- (٤) - أحمد زكى صالح : الخطة النفسية في التجارة وإدارة الأعمال - مصر دار النهضة العربية ١٩٦٦
- (٨) - أحمد عبد الملك : فضائيات دار مجدلان عمان - الأردن ٢٠٠٠.
- أ. حمدي تسنيل : مدير عام مؤسسة الشرق لاتصالات الفضاء " أورياتسات مصر عربسات الشبكة الفضائية العربية وقضايا الاتصال في الوطن العربي
- (١٠) - تحليل صحايات : الإعلان - مصر مكتبة الأنجلو المصرية ١٦٥ من محمد فريد القاهرة الطبعة الثالثة مزيدة ومنقحة ١٩٩٧.
- (٧) - د. هلى السلى : إدارة الإعلان - مصر القاهرة - دار المعارف ١٩٦٨
- (٢) - د. على عبد الحميد عبده : الأصول العلمية للتصويق - مصر شين الكوم دار النشر الولاء للطبع والتوزيع الطبعة ١١ لسنة ١٩٩٥
- (١) - د. طلعت أسعد عبد الحميد : أساسيات إدارة الإعلان - مصر مكتبة عين خمس سنة النشر غير مذكورة
- (٣) - د. من الحندي : الإعلان - مصر الدار المصرية اللبنانية يناير ١٩٩٩
- (١١) - Strategic Advertising - Judith Crost Jena
- (٦) - England Heinman Professional Pub.1990
- (٥) - The design of advertising - Roy Paul Nelson
- Britain , Brown Benchmark pub. 7<sup>th</sup> ed. 1994
- (٩) - The complete guide to advertising - Troin Douglas -
- England Macmilan London Ltd, London 1984



## رؤية علمية لتطوير الخدمة الإخبارية بالفضائية الأولى المصرية

أ. د. محمد عوض إبراهيم<sup>١</sup>

**تستهدف** هذه الدراسة تقديم رؤية متكاملة لتطوير أخبار القناة الفضائية الأولى لتلفزيون جمهورية مصر العربية ، والتي يمكن أن تصبح أحسن وسيلة لنقل أهم الأحداث المصرية أو العربية وغيرها ، بالصورة الحية الواقعية المقترنة بصورها المعبر عن الأحداث والوقائع ، متجاوزة بمشاهدتها في أكثر من ٦٥ دولة من مختلف دول العالم العربية أو الآسيوية أو الأفريقية أو الأوروبية أو الأمريكيتين حدود الزمان والمكان ، لتطلعهم بأهم الأحداث وتربطهم بالإعلام المصري ، وتزودهم بأهم الأخبار الوطنية والعربية والإسلامية وغيرها ، وبما يساعدهم في تعاطفهم والتفافهم حول القضايا المشتركة ، وفي ظل التنافس الإعلامي الشرس الذي حققته تكنولوجيا الاتصال عبر الفضاء ، وفي هذا الوقت الذي أصبحت فيه المنطقة العربية من أهم مناطق الأخبار الساعنة ومنها على سبيل المثال : حرب الخليج وحرب العراق والصراع العربي الإسرائيلي في فلسطين المحتلة ، والتي تنصدر بصفة يومية النشرات الإخبارية .

### لماذا أخبار القناة الفضائية الأولى لتلفزيون مصر ؟

١ - تعتبر الأخبار من أهم المواد التليفزيونية التي تقدمها القناة الفضائية المصرية الأولى ، وتشغل أماكن متميزة في البناء البرامجي لها على مدى ساعات الليل والنهار طوال الأربع والعشرين ساعة ، وتشير الإحصاءات الحديثة إلى أن البرامج السياسية والإعلامية تشكل نسبتها من ٢٨,٩% إلى ٣٠,٧% من ساعات إرسالها<sup>(١)</sup> ، كما تعتبر أخبار القناة الفضائية الأولى بمثابة النافذة التي يطلع مشاهديها في كل أنحاء العالم أهم أحداث مصر ومظاهر حياتها بسرعة تفوق كل تصور .

---

(١) رئيس قسم الإعلام وثقافة الطفل - معهد البحوث والدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس .

٢ - تشير الدراسات السابقة إلى أن المشاهدين يفضلون متابعة أهم الأحداث ، ومنها أزمة السلام في الشرق الأوسط من القنوات التلفزيونية في المقام الأول ، بينما تأتي الإذاعات الدولية والصحف في مراتب تالية<sup>(٣٦)</sup> ، ربما لأن التلفزيون يعتبر مصدر الأخبار الأول الذي يتمتع بمصداقية كما تشير الدراسات السابقة ، وتعتبر القنوات التلفزيونية أحسن وسائل نقل الأخبار ، حيث تنقل وقائع الأحداث بالصورة الحية المرئية التي تعتبر أساس اقتناعهم وتصديقهم Seeing is Believing ، وتفقد أخبار التلفزيون مصداقيتها دونها<sup>(٣٧)</sup> ، كما تلعب الأصوات أو المؤثرات الصوتية الطبيعية لوقائع الأحداث دوراً كبيراً في توفير إطار من المصداقية ، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لمشاهديها لمعيشة الجو الحقيقي للأحداث<sup>(٣٨)</sup> ، الأمر الذي يدفع بكبار السياسيين أن يفضلوا الظهور في النشرات الإخبارية المسائية على أن تكتب عنهم كافة صحف العالم<sup>(٣٩)</sup> .

٣ - تشير نتائج البحوث والدراسات والاستطلاعات التي اهتمت بقياس حجم استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية في الدول العربية إلى تفوق قناة الجزيرة ، ومركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC وقناة دبي وغيرها<sup>(٤٠)</sup> ، على الرغم من أن القناة الفضائية المصرية الأولى تعتبر أول قناة عربية فضائية بدأت بثها التحريي في أول نوفمبر ١٩٩٠ م خلال المحطة الأرضية بالمعادي ، والعاملة مع القمر العربي للاتصالات ، وتم انتظام بثها وافتتاحها الرسمي في الثاني عشر من ديسمبر ١٩٩٠م ، معلنة دخول مصر عصر البث المباشر بالأقمار الصناعية<sup>(٤١)</sup> .

٤ - أصبحت أخبار التلفزيون مجالاً للمنافسة بين أشهر القنوات الفضائية ، كما أنها تميز قناة دون الأخرى ، وأصبحت الأخبار المسبوبة الأولى للعاملين فيها ، وتحتاج إلى خبرتهم ومهارتهم لتجذب انتباه المشاهدين ، وتستحوذ على اهتمامهم ، وتعتبر عملية تغطية وإعداد وتنفيذ الأخبار في القنوات الفضائية عملية جماعية ، تتضمن وتنكامل جهود العاملين فيها بهدف تقديم خدمة إخبارية يقبل عليها المشاهدون ، ويعتبر الخبر التلفزيوني أساس نشرة الأخبار وعنصرها الأول ، ويجب أن تتوفر فيه مجموعة من القيم والمواصفات ، لكي يكون جديراً بالثقة في نشرات أخبار الفضائية الأولى ، ومن أهمها الأهمية والدلالة والدقة وعدم التحيز والصدق ، وإثارة اهتمام مشاهديها وإشباع احتياجاتهم<sup>(٤٢)</sup> .

وتؤكد الخطط الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون ضرورة ملاحقة كافة الأحداث السياسية ، ونقل صورة كاملة عنها ، مع تأكيد الجهد المثمر لمصر على الساحة الدولية ، وإبراز الرؤية المصرية المتكاملة للبناء فيها في مختلف المجالات ، وتحقيق ريادة مصر الإعلامية فضائياً<sup>(٤٣)</sup> .

## واقع أخبار الفضائية الأولى :

وعتابة أخبار القناة الفضائية الأولى نلاحظ أنها تقدم خمس نشرات إخبارية مصورة على امتداد ساعات الليل والنهار بدءاً من نشرة الظهيرة ، التي تبثها تمام الساعة الثانية ظهراً ، ثم نشرة الساعة الخامسة فالثامنة مساءً ، ثم الحادية عشرة مساءً ، إضافة إلى أحدثات أربع وعشرين ساعة ، ومواجيز أهم الأنباء ، وكانت الفضائية المصرية الأولى قد قامت بتقديم نشرة إخبارية في الساعة الثالثة فجراً استمرت لفترة محدودة ، ثم توقفت دون إبداء الأسباب ، وتتراوح مدة نشرة الأخبار في الفضائية الأولى في الغالب بين ربع وثلاثة أرباع الساعة ، وتتميز أخبارها بالقصر النسي ، وتنوع الأخبار التي تقدمها من حيث التغطية الجغرافية ، فهناك الأخبار المصرية والعربية والعالمية ، كما تعتمد الأخبار التي تقدمها وفقاً لمصادرها ، فتتولى أطقم التغطية الإخبارية TV News Crews أهم الأحداث المحلية أو المصرية التي تقع داخل حدود جمهورية مصر العربية ، كما يوحد التلفزيون المصري بثات إخبارية إلى جميع أنحاء العالم لتغطية الأحداث العالمية التي تهم الرأي العام المصري أو العربي أو العالمي ، وفي الغالب يتكون طاقم التغطية الإخبارية من المذنب TV News Reporter والمصور Camera man ومسجل الصوت Sound Recordist وموزع الإضاءة Lighting M . ومن جهة أخرى هناك مراسلو الفضائية المصرية BSC Correspondents الذين يتواجدون في مواقع الأحداث الساعنة والعواصم الكبرى .

كما تستقبل الفضائية المصرية أخبار الوكالات العالمية للمصورة International Visual News Agencies والتي تقدم تغطية للأحداث العالمية المهمة ، ومن أشهرها VIS News ، وروتر والوكالة العالمية لأخبار التلفزيون WTN هذا بالإضافة إلى الأخبار المصورة التي يتم تبادلها مع المحطات أو القنوات الفضائية الأخرى أو الاتحادات الإذاعية ومن أشهرها اليورفزيون EVN أهم مصادر التلفزيون العالمية ، أو الشبكات الإخبارية التلفزيونية العالمية المعروفة ، بالإضافة إلى بعض المصادر التقليدية الأخرى ، منها رصد ما تبثه أهم القنوات الفضائية التلفزيونية العالمية والعربية ، ومنها على سبيل المثال الشبكة الإخبارية الأمريكية CNN و BBC والحررة والجزيرة ومركز تلفزيون الشرق الأوسط ، وغيرها من القنوات التلفزيونية الفضائية ، كما تتنوع الأخبار التلفزيونية وفقاً لأشكالها التلفزيونية ، فهناك الخبر السردى ، والخبر الذي يأخذ شكل تصريحات تلفزيونية لمسؤولين ، أو يأخذ شكل المؤتمر الصحفي ، أو شكل اللقاء الإخباري ، أو شكل التقرير الإخباري ، كما تتنوع الأخبار التلفزيونية التي تقدمها القناة الفضائية المصرية الأولى فهناك الأخبار الحية المنقولة من مواقعها مباشرة ،

## البحرث

وهناك الأخبار التلفزيونية التي يتم تسجيلها وإذاعتها في وقت لاحق ، وهناك عديد من المصادر التقليدية التي تستخدمها الفضائية المصرية، ومنها الصحف والمجلات لاستكمال بعض المعلومات الخاصة بالتغطية المصورة ، أو النشرات الصحفية ، أو المطبوعات ، أو برقيات الوكالات الإخبارية ، ومنها ( AP, UP, AFP ) وأثناء الشرق الأوسط ( أ ش أ ) المصرية وشبكة الأخبار المصرية CNE وغيرها .

ويستولى إعدادها قطاع الأخبار في تلفزيون ج . م . ع . ، والذي يضم مختلف الإدارات الخاصة بالمندوبين والتحرير والتصوير الإخباري والإخراج ، ويتولى رئيس تحريرها الذي يعتبر المسؤول عن جميع المواد التي تضمها النشرة في تنسيق وترتيب أهم أخبارها بعد دراستها ، ويعتبر تنسيق الأخبار وتحريرها وترتيبها داخل نشرة أخبار القنوات الفضائية التلفزيونية بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية فائقة ، وتنهك أطقم التغطية الإخبارية TV News Crews في نقل أو تسجيل وقائع الأخبار المحلية لمعرفة أهم التطورات الإخبارية للأحداث، ويقوم قسم وسائل الإيضاح والرسوم المتحركة بدراسة عناصر الأخبار، ليقرر ما يجب أن يوضحه بالصور أو الرسوم المتحركة أو الشرائح Slides ، أو المخراطة اللازمة لعرض جواب الخبر<sup>(١٠)</sup>.

ومن جهة أخرى يلعب مندوب أخبار التلفزيون ومراسلوه دوراً مهماً في تقوم مغزى الأحداث مع المسؤول عن تحرير الأخبار أو للنسق الخاص بها ، ويحدد مندوب الموقع أو المراسل معه حجم التغطية الإخبارية ، حتى أصبحت أخبار المندوب أو المراسل عصب النشرات الإخبارية التلفزيونية في الفضائيات ، ويتولى منسق الأخبار التلفزيونية TV News Coordinators الاتصال بمندوب الموقع أو المراسلين في مناطق الأحداث وتغطيتها حية حال وقوعها أو تسجيلها وإعادة عرضها في نشرات إخبارية لاحقة ، حتى بلغت أخبار التلفزيون اليوم عصرها الذهبي ، حيث تنقل لنا أهم الأحداث من أماكنها وحال وقوعها نقلاً مباشراً ، حتى أصبحت الوسيلة الإخبارية الطاغية من حيث التقبل والنفوذ وسرعة الانتشار ، وأصبحت للمبار الذي تقيم على أساسه المحطات والقنوات التلفزيونية الفضائية .

وتبدأ نشرات أخبار الفضائية الأولى بعنوانين الأخبار المهمة في الغالب ، وترتب أخبار النشرة حسب أهميتها من وجهة نظر القارئ عليها ، والتي يجب أن تم جمهور مشاهديها بالدرجة الأولى ، وغالباً ما يكون خبرها الأول الذي يتصدر النشرة موضع اهتمام وانتباه مشاهديها في المقام الأول ، ويؤكد الخبراء والباحثون والمختصون ضرورة أن تحتل مقدمة النشرة أهم أخبارها ، التي تتصل بأهم قضايا الساعة على الصيدين : الوطني أو العالمي ، فإذا كان هناك خبر عالمي له أهمية طاغية فلا بأس من البدء به في مقدمة النشرة ، وإعطائه الأولوية على ما دونه من أخبار والعكس صحيح ، وهكذا .. فإن

الأمر يتوقف على مدى أهمية الخبر الأول في النشرة . ثم يتم ترتيب النشرة في الغالب وفقاً لتتابع أهمية الأحداث ، ولهذا نلاحظ في الغالب أنه كلما أوغل العرض الإخباري في التقديم يتناقص عنصر السخونة في الأخبار ، مما يتطلب أخذ ذلك في الاعتبار ، ويمكن استخدام أساليب أخرى كتجانس الأخبار ، أو مراعاة نفسية مشاهدي الأخبار الذين يحتاجون إلى خبر يثير في نفوسهم الاطمئنان بعد أخبار الصراع والحروب والمظاهرات ، حيث لا يستطيع المشاهد متابعة أخبار النشرة وهو مشلود الأعصاب وفي جو من القلق والتوتر ، وتشير دراسة "كانتر" Cantar و"لبي ثاثون" عام ١٩٩٦ إلى أن نشرات الأخبار أصبحت مصدراً لأشكال العنف المختلفة من قتل ودمار وحروب وسيول وفيضانات وزلازل وبراكين وحرائق وأخطار ترك تأثيراتها السلبية Negative Effects على المشاهدين ، والتي تظهر في أشكال متعددة ومتفاوتة بين الخبر والحيلة والمخاطبة والفزع والرعب والحروب<sup>(١١)</sup> ، أو عرض الأحداث المتشابهة أو المركبة من زواياها المتعددة ، ومن وجهات النظر المختلفة لجذب انتباه المشاهدين ذوي الميول والاتجاهات المختلفة والمتباينة ، وأحياناً يتم تقسيم نشرة الأخبار الرئيسية للفضائية إلى عدة نشرات كأخبار الرياضة والمال والاقتصاد والطقس .

#### معدل مشاهدة أخبار الفضائية المصرية الأولى :

تشير الدراسات السابقة إلى أن هناك ٧٣,٥% من عينة إحدى الدراسات السابقة في إحدى الدول الخليجية على سبيل المثال ( الكويت ) يشاهدون أخبار القناة الفضائية المصرية ، منهم ٢٩,١% يشاهدونها بصفة منتظمة ، بينما يشاهدونها من حين لآخر ٤٤,٤% من المبحوثين ، ولا يشاهدونها على الإطلاق ٢٦,٥% من المبحوثين وهذه نسبة كبيرة ، ولقد بلغ حجم المشاهدين من المصريين لأخبار الفضائية الأولى ٣٩,٧% بينما بلغ حجم غير المصريين من المشاهدين الكويتيين ٣٣,٨% من المبحوثين ، بينما بلغت نسبة الذين لا يشاهدون أخبار الفضائية الأولى من المصريين في العينة ١٠,٦% وبلغ عدد الكويتيين الذين لا يشاهدونها ١٥,٩% من المبحوثين ، ولقد ذكر ٥٧,٦% من المشاهدين لأخبار القناة الفضائية أنها تغطي اهتمامهم الإخبارية ، في الوقت الذي أشار فيه ١٥,٩% منهم أنها لا تشبع اهتمامهم<sup>(١٢)</sup> ، وتشير دراسة أخرى إلى أن هناك ٢٠% من الشباب عينة المبحوثين فيها يشاهدون القناة الفضائية المصرية BSC ويذكر ٧٠% منهم أنهم يتابعون أهم الأخبار التي تقدمها<sup>(١٣)</sup> .

وتشير دراسة أخرى إلى أن البرامج الإخبارية جاءت في مراتب متقدمة بالنسبة لمتى يتعرض على عكس المتوقع من أن تكون البرامج ترفيهية ذات أولوية في المشاهدة<sup>(١٤)</sup> ، وفي دراسة أخرى حدد

## البحوث

٣٠,٢% من المبحوثين أن البرامج الإخبارية ترضيهم ، وارتفعت نسبة من قالوا بأن القناة الفضائية المصرية تشبع رغبتهم في معرفة الأحداث بالنسبة لمصر بنسبة ٩٤,٣% ، وانخفاضها بالنسبة للكويت ٧,٥% ، والدول العربية بنسبة ٥٠. ٢٤% ، وبالنسبة للدول الأفريقية ٩,٤% ، والدول الأجنبية بنسبة ١٧% ، وأشار ٥,٧% بأن القناة الفضائية المصرية لا تشبع حاجتهم لمعرفة الأحداث بالنسبة إلى بعض الدول وبعض المناطق الأخرى<sup>(١٥)</sup> .

### مرتكزات تطوير نشرات أخبار القناة الفضائية الأولى لتلفزيون ج. م. ع :

بداية ، لا ننكر أن هناك تطوراً ملحوظاً في نشرات أخبار الفضائية الأولى ، لكننا نسعى لمواصلة هذا التطوير ، مع سد كل الثغرات التي يمكن أن تعوق هذا التطور باستمرار ، ومواجهة بعض الظواهر السلبية التي تنعكس في مستوى وشكل ومضمون نشرات الأخبار التلفزيونية في الفضائية الأولى ، وحقن جهد إقبالاً متزايداً من مشاهديها في مختلف بقاع الأرض ، خاصة وأن هناك ارتباطاً قوياً بين الشكل والمضمون ، واللذين يتطلبان الاهتمام بغنون الإعداد والإنتاج والإخراج والتلفيز ، بحيث تكون أكثر ثراء وتنوعاً وجذباً لمشاهديها ، وخاصة في هذا الوقت الذي أصبحت فيه أخبار التلفزيون المميزة في بعض القنوات الفضائية أفضل من البرامج التي يقبل عليها مشاهدوها ، وأصبحت تشكل جزءاً مهماً من نسج حياتهم اليومية ، وحقن أن هذه النشرات المميزة في بعض القنوات الفضائية العربية والأجنبية تأتي في مراكز متقدمة من تفضيلات المشاهدين لها ، وهذا ما أدى إلى اعتماد ٢٥,٣% من الصفوة في المجتمع المصري على الفضائيات العربية في متابعة الأحداث الهامة ، ومنها متابعة أحداث ١١ سبتمبر ، وما أدت إليه من تطورات ، حتى أشار المبحوثون فيها إلى الاعتماد عليها باستمرار ، فهناك ٥٤,٥% منهم يعتمدون عليها دائماً ، في مقابل ٢٩,٥% يعتمدون عليها كثيراً ، بينما كانت أقل نسبة لمن اعتمد عليها بشكل غير منتظم ١٦% فقط من المبحوثين ، في حين بلغت نسبة الاعتماد على الفضائيات الأجنبية ١٨,٤% ، وفي مقدمتها شبكة CNN ، وقد أوضح المبحوثون أسباب اعتمادهم على متابعة الأحداث فيها ، ومنها التواجد في قلب الأحداث والتغطية الإخبارية للأحداث الساخنة ، والسرعة في نقل الأحداث ، واحترام عقلية المشاهد ، وارتفاع مصداقيتها الإخبارية وحرية التعبير في عرض الآراء المختلفة ، ومعرفة رد فعل الجمهور تجاه هذه الأحداث ، وتمييز الكوادر الإعلامية فيها ، وافتقار وسائل الإعلام المصرية للاحتراف والكفاءة المهنية والتطور التكنولوجي<sup>(١٦)</sup> .

وترتكز رؤيتنا لتطوير نشرات أخبار القناة الفضائية الأولى لتلفزيون جمهورية مصر العربية على عدة محاور ، على النحو التالي :

## أولاً : القانون بالاتصال في أخبار التلفزيون :

بدءاً بالمخرجين والمندوبين ومقدمي الأخبار والمصورين والمتحدثين والمخرجين ومسجلي الصوت ، وموزعي الإضاءة والمسؤولين عن وسائل الإيضاح وغيرهم ، ممن يشاركون في عملية تغطية وإعداد وإنتاج وتقديم وتنفيذ نشرات أخبار القناة الفضائية الأولى ، فالاهتمام بتدريبهم باستمرار ؛ لأن التدريب يوفر لهم فرصاً حقيقية لتحسين مهاراتهم ، وتطوير قدراتهم لتمكينهم من أداء عملهم بأقصى ما يستطيعون من قدرات ، مع مراعاة ألا يتوقف التدريب عند حد أو مستوى معين من المعرفة أو المهارات ، لأن فنون العمل التلفزيوني الإخباري في تغير دائم وتطور مستمر ، فلا بد من متابعة أحدث الاتجاهات في تطور فنون العمل الإخباري التلفزيوني باستمرار ، وأن تكون هناك سياسة واضحة وخطة مدروسة في مجال تدريب القائمين بالاتصال في أخبار التلفزيون بكل أشكاله وأساليبه ، سواء في الداخل أم في الخارج ، مع الاهتمام بنظام الفريق بحيث يتم تدريب للشوب والمخرج مع طاقم التصوير ومقدم الأخبار والمخرج في آن واحد ، ونلاحظ أن التدريب الإخباري في القنوات الفضائية لم يحظ حتى الآن بال العناية والاهتمام المطلوب أو الكافي ، ويأتي في مرتبة متدنية بالقياس بمدى الاهتمام بإنتاجها اليومى ، كما يحتاج القائمون بالاتصال في أخبار التلفزيون إلى مزيد من الدعم المالى والرعاية والتقدير من جانب المؤسسة التي يعملون فيها ، ومساوئهم بزملائهم الذين يعملون في المؤسسات الصحفية ، وأن يكون لهم كادرهم الوظيفي الخاص بهم ، حتى تنعكس آثار هذه الرعاية والتقدير والتدريب المتواصل في تطوير مهام عملهم في نشرات الأخبار .

## ثانياً : المادة الإخبارية المصورة :

١ - تعتبر الأخبار المهمة موضع اهتمام المشاهدين ، وتتطلب سيكولوجية مشاهدة القناة الفضائية الأولى تقديم أخبارها بشكل يستهدف جذب انتباههم ، وإثارة اهتمامهم منذ اللحظة الأولى في نشرات أخبارها ، وتارة نلاحظ عرض أهم العناوين ، وتارة أخرى نفتقدها بما يدعونا لتؤكد أهمية استمرار عرض الموزع للصور لأهم الأخبار ، في بداية ووسط ونهاية النشرات لأهمية دوره في هذا المجال ، مع مراعاة أن تقدم عناوين الأخبار بإيجاز شديد ، وأن تتضمن إشارات واضحة للوقائع المهمة في الأحداث دون عرض تفاصيل .

٢ - أهمية نقل المادة الإخبارية المصورة : ( حية - مسجلة ) من مواقع الأحداث المهمة ؛ لأنها تلعب دوراً مهماً في استحداث ردود فعل عاطفية لدى مشاهديها ، كما تساعد في استيعاب المشاهدين

## البحوث

لها وفهم محتواها وتجعلها مثيرة للاهتمام ، وقد أثبتت الدراسات الميدانية السابقة أن المادة الإخبارية المصورة تجعل النشرات الإخبارية أكثر فهماً ، وخاصة بالنسبة للمشاهد العادى ، والذي يشكل نسبة كبيرة من مشاهديها<sup>(١٧)</sup> ، وتشير إحدى الدراسات الميدانية الأخرى إلى أن هناك ٩٠,٣% ممن تابعوا نشرات أخبار التلفزيون أكلوا دور التلفزيون في توضيح الأخبار والوقائع بصورة أفضل ، وخصوصاً أخبار الحروب والكوارث والاعتقالات والانفجارات والاضطرابات والمظاهرات وغيرها<sup>(١٨)</sup> .

٣ - الاهتمام بتقارير المتدوين والمراسلين من مواقع الأحداث ليصفوا للمشاهد ما يحدث لحظة بلحظة ، ويقابلوا صناع الحدث أو المسئولين أو المشاركين فيه ، بهدف تقديم تغطية كاملة لكل وقائع الخبر ، ونعثرهم عصب نشرات أخبار التلفزيون ، وعليهم أن يحسنوا الأداء أمام كاميرات الأخبار ، وأن يذلوا قصارى جهدهم لإبراز أهم وقائع الأحداث وتوجيه اهتمام المشاهدين إليها ، مع ضرورة التزام الدقة في العرض ، وتوقع الأحداث وما يترتب عليها من نتائج ، مع الاهتمام بالوقائع التي تمثل الاهتمام المباشر للمشاهدين ، مع ضرورة أن يعتمد على اللغة السريعة المباشرة التي يخاطب بها المشاهدين والتي يفهمونها بسرعة .

٤ - الاهتمام بوسائل الإيضاح التي تدعم الأخبار المهمة والعاجلة غير المصورة ، والتي توضح وقائع الخبر بسرعة أكثر من التعبير اللفظي ، وتساعد في جذب انتباه المشاهدين ودفع الملل عنهم ، والتقليل من نفورهم ، ونلاحظ أنه على الرغم من التطور الواضح في استخدام وسائل الإيضاح في بعض النشرات ، إلا أن جمهور المشاهدين يطالبون باستخدام المزيد من هذه الوسائل ، ومنها الرسوم المتحركة والحرائط والصور وغيرها ، لأنها تبسط المواد الإخبارية ، وتجعلها أكثر فهماً ، فالمعلومات التي يتم تجسيدها من خلال وسائل الإيضاح أفضل من المعلومات المجردة<sup>(١٩)</sup> .

٥ - من جهة أخرى يجب أن تكون المادة الإخبارية التي تقدمها نشرات أخبار الفضائية الأولى متفقة واهتمامات جمهورها من المشاهدين في مختلف المناطق ، وأن تقدم بالوضوح والبساطة ما يتناسب مع مستواهم الثقافي ، مع مراعاة الوقت الذي تبت فيه الأخبار ، فوقت الظهيرة يختلف عن وقت المساء ، كما تختلف أوقات الراحة والاسترخاء عن فترات النشاط والتركيز<sup>(٢٠)</sup> ، كما يختلف مشاهد المساء عن مشاهدى الصباح في التكوين والاهتمامات ، مع الالتزام بوقت بث نشرات الأخبار ومددها خاصة ، وتعثر نشرات الأخبار في الفضائية المصرية من البرامج التي لا يعلم



المشاهدون موعد انتهائها، فثارة تبلغ مدتها ربع ساعة وثارة أخرى نصف ساعة ، ومرات أخرى أكثر من نصف ساعة ، وأحياناً تصل إلى ما يقرب من الساعة الكاملة دون علم المشاهد .

٦ - أهمية تفسير الأعيان ، وألا تقتصر أعيان الفضائية الأولى على مجرد السرد الإخباري Informative narration لوقائع الأحداث المختلفة ، وإنما هناك من هذه الأحداث ما يستحق الشرح والتفسير والتحليل ، وخاصة تلك الوقائع المهمة التي يصعب على المشاهد العادي تكوين رأى بشأنها ، مع الحرص على عدم حجب الأعيان التي لها أهمية من وجهة نظر للمشاهدين ، وبصرف النظر عن درجة تأثيرها عليهم ، مع توفير القدر المناسب من الحقائق والمعلومات ، وربطها ببعضها البعض وتفسيرها وشرح مفزاها ، وتوضيح خلفياتها ، لأهمية ذلك في تحقيق الاحتياجات المعرفية اليومية لكل من الفرد والمؤسسة والمجتمع .

٧ - التنويه المستمر على أهم القصص الإخبارية قبل موعد تقديم نشرات الأعيان في الفضائية الأولى ، وفي الوقت نفسه الحرص على تقديم التفاصيل كاملة في نشرات الأعيان ، مع مراعاة الحرية الكاملة في عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة في مختلف الوقائع والأحداث بموضوعية مع عدم إبداء رأى فيها ، لأن المشاهد يتوقع أن يشاهد الحقيقة كاملة في نشرات أعيان الفضائية الأولى ودون التحيز إلى رأى أو فكر أو طرف معين ، ونعلم أن تكوين أو توجيه الأعيان يعتبر انتهاكاً لحق المشاهد في معرفة الحقيقة كاملة .

٨ - الاهتمام بتوظيف الأصوات والمؤثرات الصوتية الأصلية في مواقع الأحداث ، وقد لاحظنا في كل نشرات الأعيان التي تقدمها الفضائية المصرية الأولى نوعاً من عدم الاهتمام بتوظيف الأصوات الأصلية Original Sounds والمنقولة من موقع الأحداث ، رغم أهمية الصوت الأصلي في إضفاء المزيد من الواقعية والمصداقية على وقائع أخبارها ، فالصورة لم تعد وحدها المعبرة عن الحدث ، ولتكمال دورها وتأثيرها لابد أن يصحبها الصوت الأصلي : ( تعليقات أو كلمات ، محاورات أو محادثات ، مؤثرات صوتية أو موسيقية) من مواقع الأحداث ، ودون الصوت قد يفقد الخبر التلفزيوني أهم سماته ، ومن جهة أخرى يجب أن تكون هناك علاقة وثيقة بين الصورة الحية المنقولة من مواقع الأحداث والصوت المقتن بها ، فلا بد أن يكون بينهما تطابق أو تكامل أو علاقة تربط الصورة بالصوت المقتن بها ، ويمكن للأصوات المقتنة بالصورة الحية أن توسع إطارها أو تدعمها أو تكملها أو تضيف إليها للمعلومات التي لا توضحها الصورة المنقولة من موقع الحدث ، وتشير الدراسات السابقة إلى أنه حينما يتطابق الصوت المقتن بالمشاهد الإخبارية

## المحور

أو يستكمل ، تزداد نسبة فهم واستيعاب المشاهدين للأحداث ، وحينما يختلفان تنخفض نسبة الفهم والاستيعاب<sup>(٢١)</sup> .

٩ - أهمية الحركة في المادة الإخبارية ، ومن جهة أخرى يجب ألا يعطى المخرجون اهتماماً كبيراً للحركة التي تتضمنها المادة الإخبارية بين ثانياً مشاهدتها ولقطاتها المختلفة ، أكثر من اهتمامهم بقدر المضمون والمعلومات التي تقدمها ، وقد لاحظنا أن هناك تركيزاً كبيراً على بعض المواد الإخبارية التي تهتم بتقديم الحركة على حساب مضمون بعض الأحداث والوقائع ، وقد بالغ المصورون الإخباريون في صنع تلك الحركة باستخدام مختلف الأساليب الفنية فيها ومنها تحريك كاميرات التصوير في حركة بانورامية Panoramic shots يمناً ويساراً أو اقتراباً وابتعاداً (Zoom in - out) وارتفاعاً وانخفاضاً (up - down) مع سرعة تتابع اللقطات المستخدمة فيها ، بهدف جذب انتباه المشاهد وإثارة . وتولد العواطف المختلفة من خلال لقطات مصورة قصيرة ومتتابعة ، أو بحجة عرض جميع جوانب الوقائع والأحداث ، معقدين أن الأخبار التي تخلو من الحركة ليست أحسباً ، ولهذا يجب الحرص على توفير القدر المناسب من المعلومات المتعلقة بالأحداث والوقائع الإخبارية .

١٠ - الاهتمام بالمونتاج الإلكتروني ؛ حيث تعتبر عملية المونتاج ، أو التوليف الإلكتروني من أهم العمليات التي يجب الاهتمام بها ، وبدورها في ترتيب وقائع الحدث وفقاً للنص Script الخاص بها ، ويلعب المونتاج دوراً مهماً في توليد العواطف ، وخلق التأثيرات المختلفة ، فيؤدي التركيز على اللقطات المقربة والمتتابعة إلى استغراق المشاهد في الخبر وزيادة مشاركته ، أما اللقطات البعيدة أو الشاملة المتعاقبة فتقوده بعيداً عن وقائع الخبر وتزيد من تشتته ، ومن جهة أخرى تؤدي اللقطات السريعة المتعاقبة إلى سرعة إيقاع اللقطات المصورة . وبالتالي ، جذب انتباه المشاهد وإثارته وزيادة حماسه ومتابعته ، بينما تؤدي اللقطات الطويلة إلى البطء والملل والشعور بالفتور والحاجة إلى النوم . وهكذا ، فإن مونتاج أو توليف الأخبار التلفزيونية إلكترونياً لم يعد مجرد ترتيب أو وصل لقطات إخبارية مصورة ، وإنما أصبح فناً يهدف للتأثير في نفسية مشاهدي أخبار القناة الفضائية :

١١ - يجب تطعيم الأخبار التلفزيونية ببعض أخبار الاهتمامات الإنسانية ؛ فالأخبار الجيدة بالنسبة للمشاهدين هي التي تمهم في صدق وتثير اهتمامهم وتولد العواطف لديهم ، وتشير الدراسات السابقة إلى أن المشاهدين يهتمون بالأخبار الطريفة والشيقة بالإضافة إلى الأخبار

## البحوث

الرياضية ، وجميعها تعتبر من أفضل المواد الإخبارية لهم ، ويشعرون بنقل المواد الإخبارية الأخرى كالسياسية والاقتصادية وغيرها ، ويطلبون زيادة جرعة الأخبار الرياضية .

ومن جهة أخرى ، لابد أن تراعى نشرات الفضائية الأولى طبيعة التلفزيون كجهاز يستخدمه المشاهدون للتسلية والترفيه ، خاصة وقد سموا الحياة . ولذلك ، لابد من تطعيم النشرات بالأخبار الخفيفة والمسلية ، كما تهتم بالقصص الإخبارية والاهتمام بعرض الأخبار في صورة درامية شائعة تستأثر باهتمام المشاهدين ؛ لأن المشاهد عندما يشعر بنقل المادة الإخبارية وجفافها سيعرض عنها ، ويعتبر الأسلوب الدرامى الخفيف في عرض الأخبار مهماً حيث يزيد من تقرب المعاني المجردة للأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية ، وتجعل للمشاهد يتألف معها ، ولهذا نجد الخبراء المختصين يؤكدون دائماً أن أخبار القنوات التلفزيونية تتطلب عرضاً درامياً أكثر جودة وأعمق معنى ومغزى وهذا مستهدفاً تثقيف المشاهدين وتسليةهم والترفيه عنهم .

١٢ - التحرير الجيد لأخبار الفضائية الأولى ، فمن جهة أخرى يجب الاهتمام بمعايير المهنة عند إعداد أخبار نشرات القناة الأولى ، وتحريرها بلغة تلفزيونية تتميز بالبساطة والوضوح ، وأن تعتمد على اللغة السريعة والمباشرة والواقعية ، مع مراعاة أن الأخبار التلفزيونية تعتمد على الصورة الحية في المقام الأول ، ولهذا تؤكد ضرورة اتفاق مضمون الأخبار التي نشاهدها مع الصوت الذي نسمعه مع الاهتمام بترتيبها ترتيباً يجذب انتباه المشاهدين ويستأثر باهتمامهم ، ويجب أن نقدم الأخبار في شكل قصصى إخبارى بسيط وواضح ، فالوضوح هو المطلب الأول لتحريرها ، ويجب على محرريها مراعاة وحلها الدرامية لتقديم الواقع الذى يجب عن التساؤلات المست المعروفة 5 w's + How من؟ وأين؟ ومتى؟ وماذا؟ وكيف؟ ولماذا؟ لتروى ما حدث وكأنه يقع في الوقت الحاضر ؛ مما يضيف على مضمون أخباره حيوية وشغافية مع ضرورة الإيجاز بسبب قلة الوقت وضيقه والفورية Immediacy والحركة Movement وتأكيد نقاط الربط في الخبر والملاحظات التي يمكن أن تثير الاهتمام سواء بالصوت أم بالصورة ، وأن يكون دقيقاً في عرض وصياغة أخباره مع ضرورة الفصل بين وقائع الأحداث والتعليق عليها ، فالوقائع يجب أن تحظى بقدسية العرض الإخبارى الأمين ، بينما التعليقات حرة ومكانها خارج نشرات الأخبار .

١٣ - من جهة أخرى ، يجب الاهتمام ببحوث المشاهدين التي تهتم باتجاهات ومواقف المشاهدين من أخبار القناة الفضائية الأولى ، وكذلك اهتمامهم وقيمهم وعاداتهم ؛ لأن أساس عمل رجال الأخبار في القنوات الفضائية هو : تقديم الأخبار التي تخدم اهتمامات مشاهديها ، وتحقيق بحوث

## البحوث

المشاهدين أثرًا بالغًا وعظيمًا في نفوسهم ، كما تدعم علاقتها بهم ، والاحتفاظ بثقتهم دائماً ، خاصة وقد أصبحت الأخبار والأحداث الجارية جزءاً مهماً من نتاج إجمال خدماتها ، كما أصبحت تشكل أهمية كبيرة بالنسبة لمشاهديها ، ولهذا ، يجب الاهتمام ببحوث المشاهدين التي يمكن على ضوئها تقييم إنتاج القنوات الفضائية من نشرات إخبارية ، وأن تحلّو حلو القنوات العالمية التي تهتم بهذه البحوث والدراسات اهتماماً كبيراً ، وتهتم فيها بعاداتهم وأذواقهم ومعدل مشاهدتهم وأدائهم فيها ، ومظاهر استفادتهم منها ، وموقفهم منها ، ووضع نتائج هذه البحوث تحت تصرف مسؤولي الأخبار في القناة وإطلاعهم عليها بما يعود عليهم بالفائدة المرجوة نحو تحقيق تطوير نشرات أخبارها ؛ خاصة وأن الناس تريد أن تشارك في الأحداث المحلية والعربية وغيرها عن طريق التلفزيون ، وأن تتعاش معاً عقلياً وعاطفياً وأن تعرف حقيقة ما يجري ، وهذه المعرفة حق من حقوق الإنسان ، لهذا علينا ألا نهمله بل نتعامل معه بكل تقدير واحترام ونعرف رأيه وموقفه بما نقدمه له من أخبار<sup>(١٣)</sup> .

١٤ - أهمية دعم مراكز معلومات أخبار التلفزيون المصري ، وتزويدها بالمعلومات والأخبار التي تعتبر المادة الخام لكافة الأنشطة والفنون الإعلامية ، بحيث تيسر لحررى الأخبار المعلومات والخلفيات التي تترى الأحداث والوقائع التي يمررونها ، وتزيد من اهتمام المشاهدين بها ، وتبرز أهمية مركز معلومات الأخبار اليوم أكثر من أى وقت مضى حيث تشكل المعلومات ، على الرغم من تنوع مصادرها وتعدد أشكالها ، والتي تختزن كمًّا هائلاً من المعلومات التي تعتبر إحدى الركائز الرئيسية والضرورية لحياة المشاهد المعاصر في هذا الوقت الذي يتميز بالتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة ، وتدخّل كعنصر أساسى في تنفيذ نشاطاته ، فهي أساس كل قرار يتخذه في حياته وتشكل اتجاهاته ومواقفه وسلوكياته ، ويجب أن يتضمن مركز معلومات الأخبار مختلف المطبوعات والكتب والمراجع والدوريات من صحف ومجلات محلية وعالمية ، بالإضافة إلى التسجيلات المسموعة والمرئية : ( ثابتة - متحركة ) ، مع التوسع في دعمها بالكوادر والكفاءات المتخصصة في مجال توثيق المعلومات وتخزينها واسترجاعها ، إضافة إلى تزويدها بالأجهزة التقنية الحديثة التي تستخدم في عمليات حفظ المعلومات واسترجاعها لتحقيق السرعة والدقة للتناهي في تقديمها والتعامل معها ، وضرورة ربطها بقواعد وشبكات للمعلومات الوطنية والعربية والعالمية لتلبية الاحتياجات المعرفية للمشاهدين ، مع إفساح المجال أمام المعلومات الحديثة التي تظهر وتضاف يومياً<sup>(١٤)</sup> . وقد أثبتت البحوث والدراسات أن النشرات والبرامج

الإخبارية لها دور كبير في تزويد للمشاهدين بالمعلومات المتصلة بالأحداث الجارية والشخصيات والأماكن التي تجري فيها<sup>(٢١)</sup>.

١٥ - تزويد أخبار القناة الفضائية الأولى بأحداث الأجهزة والإمكانات بالإضافة إلى دعم أستوديوهات أخبار القناة الفضائية الأولى ، وحصرات الأخبار التي تخدمها بأحدث الأجهزة التي تساعدهم في تطوير العمل الإخباري بشكل مثير ، ومنها تزويد حصرات تحرير الأخبار بكاميرا إلكترونية ؛ لنقل أهم الأحداث على المشاهدين مباشرة من غرف تحرير الأخبار ، التي تضم عدداً من المخرجين ، الذين يقومون بتحرير أخبار النشرات وإعدادها بأسلوب يلائم القنوات الفضائية التلفزيونية ، ويقوم المخرج بأعمال كثيرة تفوق التحرير أو الكتابة ، فيستطيع القيام بتوليف أو مونتاج المادة للصورة لكل خبر يخرجه ، ولهذا يمكن تزويد حصرات الأخبار بأجهزة لتوليف المادة الإخبارية . وفي حالة حدوث ما ليس متوقفاً من الأخبار كاتقلاب عسكري أو نهب مهم وعاجل ، فإنه يمكن نقل أهم الأحداث من داخل حصرات الأخبار . باستخدام كاميرا التصوير الإلكتروني ، ويجب أن يحسن المخرج الأداء ، وقد يجد المخرج نفسه أمام أحداث تستطوّر ، وبالتالي عليه أن يبدل قصارى جهده لإبراز الخبر العاجل ، على أن تلغ التفاصيل الكاملة في النشرة الإخبارية التالية مباشرة . كذلك يمكن تقديم موجز للأخبار Headlines من داخل حصرات الأخبار، وبما يثرى العمل الإخباري في القناة الفضائية الأولى.

١٦ - مراعاة اهتمامات ذوى الاحتياجات الخاصة ، ومنهم للمعاقين كالصم والبكم والذين تتراوح نسبتهم من ١٠ - ١٥ ٪ من أبناء المجتمع العربي ، ولهذا يجب على القائمين على نشرات أخبار الفضائية الأولى مراعاة اهتمامهم ، وضرورة وجود متخصصين يقدمون الأخبار بلغة الإشارة التي يفهمونها ، حرصاً على هذه الفئة من ذوى الاحتياجات الخاصة ضماناً لمشاركتها ومعايشتها أهم الأحداث ، وتحقيقهم نفسياً واجتماعياً وتشجيعهم على المشاركة ومراعاة حقوقهم في معرفة ما يحدث حولهم من خلال أخبار القناة الفضائية الأولى ، وحتى يواكب المجتمع مسيرته في نضاله الحضاري، والمعلق له ما للفرد العادي من حقوق وعليه ما عليه من واجبات، ولئن يكون المجتمع طبيعياً ما لم يشترك المشاهد المعلق مع إخوانه جنباً إلى جنب في مختلف ميادين الحياة ، وعلى أسس متينة من التفاهم والاحترام<sup>(٢٢)</sup>.

١٧ - التشويق في تقديم الأخبار المصورة ، فيطالب كثير من النقاد والباحثين بضرورة التخفيف والتشويق عند تقديم أخبار التلفزيون ، ما يريده المشاهد من مقدمي الأخبار عرضها بطريقة شائقة لا قسراً بل بطريقة ممتعة ، وطريقة تقديم النشرات الإخبارية تحتاج إلى أساليب الجذب والتشويق لتستأثر باهتمامات المشاهدين ، فيتحدث مقدمها ببساطة لا يقرأ وإنما يتحدث بصورة تلقائية وعلى طبيعته ودوناً إعطاء أو حركات يحاول من خلالها جذب الأنظار إلى شخصه ووسامته وأناقته ، ولهذا عليه أن يفهم ويعي الأخبار أو القصص الإخبارية ويدرسها قبل أن يقدمها ، ثم يأتي إلى أستوديو الأخبار ليحدثنا بما أعد ودرس من أخبار ، وهو الشخصية الأساسية التي تری في أستوديو الأخبار ، وهو العنصر الوحيد الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أخبار القنوات الفضائية ، فلو أنه لا يمكن عرض الأخبار News Show ، ويجب أن تكون شخصية مقدم النشرة غير متكلفة حتى لا يملها المشاهدون ولا تكون مفروضة عليهم فيشعرون أن مقدم الأخبار يفرض نفسه ؛ فيكون ضيقاً ثقیلاً يهرون منه إلى قنوات أخرى .

وبفضل المشاهدين أن يستولى تقديم الأخبار المهر المذيع لأنه أقدر على فهم عناصر القصص الإخبارية ، وبالتالي أقدر على توصيلها للمشاهدين ، ويتوقف ذلك على مدى فهمه ودراسته وإدراكه للنحر ، وأن يكون صوته سليماً معبراً وليس به عيب من عيوب النطق ويكون صادقاً متميزاً بالحوية والتدفق وسدق التعبير ، بحيث يقدم الأخبار بأسلوب يوحى للمشاهد أنه محرر الخبر وصاحبه ، بالإضافة إلى قدرته على إقناع المشاهدين بما يتحدث عنه ويحيط به .

ويعتبر مقدم نشرة الأخبار من أهم أشخاصها فهو واجهتها ، ويعتبره المشاهدون صديقاً لهم ، ويفضل أن يقدم نشرات الفضائية الأولى مقدم ومقدمة أخبار لا أن يشارك في تقديمها رجلان أو امرأتان ؛ حتى نستفيد من التشويق الذي صنعه الله تعالى في خلقه من الذكر والأنثى عند تقديم الأخبار .

## المراجع

- ١ - نعى عاطف عدلى . علاقة الطفل بالقنوات الفضائية العربية . ماجستير غير منشورة . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ ) ، ص ١٨٧
- إبراهيم النمر ، الإرسال الإذاعي والتلفزيونى ٢٠٠٢/٢٠٠٣ ، فى : مجلة الفن الإذاعي ، العدد ٧٢ ، أكتوبر ٢٠٠٣ . ص ١٥٠
- ٢ - محمد معوض وياسين الياسين ، موقف المشاهدين فى دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير : دراسة ميدانية . فى : حواريات كلية الآداب ، الحولية ١٥ ، الرسالة ٩٨ ، ١٩٩٥ . ص ٥٥ .
- 3 - Fang, Irving. *Television News*, Second Edition (USA: Hasting House, 1976) , p. 67.
- ٤ - عصام نصر . ولع التغطية الإخبارية العربية فى القنوات الفضائية ، فى : ندوة البث والاستقبال التلفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية فى منطقة الخليج العربى ٨ - ١٠ مايو ١٩٩٤ ، العين ، جامعة الإمارات العربية ، ص ١٩
- إيمان الصباد . اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام فى وقت الأزمات : دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية ، فى : الفن الإذاعي ، العدد ١٧١ ، يوليو ٢٠٠٣ ، ص ١٠١ .
- عاطف البند وفوزية الملى . دراسات فى الإعلام الفضائى . ( القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٥ ) ص ٥٦
- 5 - Fang, Irving. op, cit. p. 64.
- ٦ - محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل . علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات التلفزيونية الفضائية . فى : المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، عدد ٧١ ، ٢٠٠٠
- عبد الرحمن محمد سعيد ، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية : الدوافع والإشباع . رسالة دكتوراه . ( القاهرة - جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢ ) .
- سلاح رشاد الدواوسة ، استخدام البهيمور الفلسطينيين للقنوات الفضائية العربية والإشباع للتحقق . ماجستير . ( القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٢ ) .
- مروان خليل وآخرون . الأردنيون والنزوح الثقافى . فى : مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ١٤ ، يناير - مارس ١٩٩٩ .
- هويدا مصطفى ، اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصرى أحداث ١١ سبتمبر وتناقلها : دراسة استطلاعية على عين من الصفوة المصرية ، فى : المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، العدد الرابع ، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٣ . ص ٧٧ .
- وزارة الإعلام الكويتية ، استطلاع آراء المشاهدين حول برامج القناة الفضائية . ( الكويت : تلفزيون الكويت ) ١٩٩٨ .
- ٧ - عبد السلام خليل . القناة الفضائية المصرية . فى : مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٣٣ ، أبريل ١٩٩٢ . ص ٨٣ - ٩٧ .

## البحوث

- ٨ - محمد معوض . الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة . (القاهرة : دار الفكر العربي ، د . ٥ ) ، ص ١٣٩ .  
- محمد معوض . أخبار التلفزيون . (الكويت : جهاز تلفزيون الخليج ، ١٩٨٤ ) ص ٦٣ .
- ٩ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون . الخططة الإعلامية العامة ٢٠٠٢-٢٠٠٣ . ( القاهرة : الاتحاد ، يوليو ٢٠٠٢ .  
ص ١٣-١٥ .
- ١٠ - محمد معوض وبركات عبد العزيز . الخبر الإذاعي والتلفزيوني . ( الكويت : دار الكتاب الحديث ، ١٩٩٦ ،  
ص ١٥٥-١٥٩ ) .
- ١١ - محمد معوض . الأب الثالث : الاتجاهات الحديثة لتأثيرات التلفزيون على الأطفال ، ( الكويت : دار الكتاب  
الحديث ، ٢٠٠٠ ) ص ٤٥ .  
- زكريا الشربين . المشكلات النفسية عند الأطفال . ( القاهرة : دار الكتاب العربي ، ١٩٩٤ ) ص ١١٣ .
- ١٢ - محمد معوض وباسين الباسين . مرجع سابق . ص ٥٢-٥٥ .
- ١٣ - محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل . مرجع سابق . ص ١٦٧ .
- ١٤ - عصام نصر ، مرجع سابق ، ص ٢٠ .  
- حمزة بيت المال . استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية في المملكة العربية السعودية ، دراسة حالة عن مدينة  
الرياض . في : مجلة تلفزيون الخليج ، المجلد ٤ ، يناير ١٩٩٤ . ص ٤٥ .
- ١٥ - انشراح الشال . قنوات تلفزيون فضائية في عالم ثالث . ( القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٣ ) ، ص ص  
١٣٩-١٥٠ .
- ١٦ - هويدا مصطفى . مرجع سابق . ص ٧٧-٧٨ .
- ١٧ - محمد معوض . الخبر التلفزيوني . مرجع سابق . ص ١٨٣ .
- ١٨ - وزارة الإعلام القطرية . دور وأثر النشرات والبرامج الإخبارية في تزويد المستمعين والمشاهدين بالمعلومات  
والأحداث . النشرة : وزارة الإعلام ، ١٩٨٤ ، ص ص ٣٥٤-٣٥٨ .
- 19 - Miles W. Donald. Broadcast News Handbook, (USA, 1975), pp. 299 - 300 .
- ٢٠ - عبد العزيز الغنام . مدخل في علم الصحافة . ( القاهرة : الأملو ، د . ٥ ) ، ص ١٥٢-١٥٦ .
- ٢١ - محمد معوض . الخبر التلفزيوني . مرجع سابق . ص ١٨٣ .
- 22 - Adams William, Fay, Schraibman (editors). Television Network News Issues  
in content Research . (USA: George , Washington University, 1978) , p. 81  
- سمعد ليب . العرب وأقمار البث التلفزيوني المباشر . (١٤) سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية ، جهاز  
تلفزيون الخليج ، ١٩٩٠ . ص ٥٧ .
- ٢٣ - محمد معوض ، حسين الأنصاري . دور مراكز المعلومات الصحفية في دولة الكويت : في المجلة العربية للمعلوم  
الإنسانية ، عدد ٥٦ ، ١٩٩٦ . ص ١٠٧ .
- ٢٤ - سمعد ليب . مرجع سابق . ص ٥٧ .
- ٢٥ - عثمان فراج . كلمة في افتتاح ندوة دولية بعنوان : نحو اتجاهات أفضل للأطفال الموهوبين ، اتحاد الإذاعة  
والتلفزيون ، ٢٥-٢٨ نوفمبر ١٩٩٩ .



## استطلاع رأى الإعلاميين تجاه قناة الحرية

### الفضائية الأمريكية

#### دراسة مسحية

د. ليلى حسين السيد<sup>(١)</sup>

#### مقدمة:

**يهيش** العالم الآن مرحلة جديدة من التطور التقنى ، حيث امتزجت فيه نتائج وخصائص ثلاث ثورات هى : ثورة المعلومات، وثورة وسائل الاتصال المتمثلة فى تقنيات الاتصال الحديثة، وأخيراً ثورة الحاسبات الإلكترونية السق امتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها<sup>(٢)</sup>. فقد أدت الثورة التكنولوجية الهائلة فى مجال المعلومات والاتصال إلى تعدد وسائل الإعلام وتزايد قدرتها على جمع المعلومات وتوزيعها، ولم يعد دورها يقتصر على نقل المعلومات فقط بل أصبحت تلعب دوراً مهماً فى رسم الصور للشعوب والدول والمنظمات على حد سواء<sup>(٣)</sup>.

كما تزايد الاهتمام بالأخبار بظهور مؤسسات وقنوات جديدة، وتزايدت إمكانية النقل الحى للأحداث والمنافسة بين الوسائل الإعلامية المختلفة، وتزايدت حاجة البشرية إلى أخلاقيات الإعلام فى عصر تطورت فيه ثورة المعلومات والاتصال دون نظرية ودون أخلاقيات<sup>(٤)</sup> ، حيث يوجد إجماع شبه تام بين ممارسي الاتصال ودارسيه ، ومتخذى القرار الاتصالى والسياسى على أن مصداقية الاتصال بصفة عامة والجمهورى بصفة خاصة ، هى مكون أساسى لنجاح عملية الاتصال، وألما أحد المعايير المهمة التى على أساسها يتم التفاضل بين وسيلة إعلامية وأخرى<sup>(٥)</sup>.

وعلى الرغم من ذلك فقد أوضحت نتائج كثير من الدراسات التى أجريت فى التسعينيات تناقص مصداقية وسائل الإعلام، وتناقص احترام الجمهور لهذه الوسائل، الأمر الذى جعل البعض يؤكد أن وسائل الإعلام فى العالم كله تمر بأزمة أخلاقية، وأن الموضوعية التى لا تخلو ميثاق شرف إعلامى منها

---

(١) أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان.

## البحوث

تكاد تكون أسطورة أو وهماً لا وجود لها، حيث يكشف التحليل الدلالي وتحليل المضمون لوسائل الإعلام عن شيوع الكذب وبتر الحقائق، وتلون الأحداث لأسباب أيديولوجية وشخصية في المادة التي تقدمها وسائل الإعلام ، سواء مكتوبة أم مسموعة أم مرئية، الأمر الذي يقرب وسائل الإعلام شيئاً شبيهاً من ممارسات الدعاية، ولا شك أن تناقص ثقة الجمهور في وسائل الإعلام وتناقص مصداقية هذه الوسائل يمكن أن يفقد هذه الوسائل مبررات وجودها وشرعية حريتها.<sup>(٢)</sup>

### مشكلة البحث وأهدافه:

في ضوء ما كشفت عنه كثير من الدراسات في الغرب من أن هناك أزمة ثقة ومصداقية في أداء وسائل الإعلام. وفي ضوء ما تنص عليه موثائق وتشريعات العمل الإعلامي من ضرورة الالتزام بالموضوعية والحياد والدقة والمصداقية والتوازن في التغطية الإعلامية<sup>(٣)</sup> بصفة عامة ، والإخبارية منها بصفة خاصة. وفي ضوء عديد من الملاحظات التي أبدتها كثير من الإعلاميين (سواء الصحفيين أم الأكاديميين أم الممارسين) حول قناة الحرية الفضائية الأمريكية. في ضوء ذلك كله تسعى هذه الدراسة الاستطلاعية إلى تعرف آراء عينة من الإعلاميين حول قناة الحرية الفضائية الأمريكية، لتعرف دوافعها، ومضمونها العام ، والإخباري ، وتأثيرها على الهوية العربية ، وجمهورها المستهدف، والصورة التي تقدم بها العرب، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، ومستقبلها، ودور الإعلام العربي في مواجهة الفضائيات الأجنبية.

كما تسعى الدراسة إلى رصد واقع الممارسة الفعلية لقناة الحرية ، ومدى تحقيق الموضوعية والحياد والتوازن والدقة ؛ والمصداقية في عرض القضايا المختلفة.

وتحدد أهداف البحث فيما يلي:

١- استطلاع رأى الإعلاميين في مصر نحو قناة الحرية الفضائية الأمريكية حول أهدافها ودوافعها وجمهورها ومستقبلها وتأثيرها.

٢- تعرف المضمون الذي تقدمه ومدى مراعاته لموآثيق وتشريعات العمل الإعلامي.

٣- يعد هذا البحث أول دراسة استطلاعية لقناة الحرية.

### الإطار الفكري لموضوع البحث :

تستمد هذه الدراسة إطارها الفكري من مدخلين منهجين ، هما: مدخل الواقع المدرك من وسائل الإعلام، ونظرية انتشار الاستحداث .

## أولاً : الواقع المدرك من وسائل الإعلام :

غالباً ما ينظر الأفراد إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات تمكس العالم المحيط بهم<sup>(٣)</sup>. إلا أن بعض الأفراد ينظرون إلى وسائل الإعلام بصورة مختلفة حيث يرون أنها تختار التركيز على موضوعات وقضاياها وشخصيات ، ليس لكونها تعكس الواقع الحقيقي وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للمسيطرين على هذه الوسائل. ويمكن تلخيص الواقع المدرك من وسائل الإعلام بأنه عبارة عن : بناء مكون من ثلاثة متغيرات هي :

### ( أ ) النافذة السحرية Magic Window

وهي النافذة التي يطل من خلالها المشاهد على الواقع الاجتماعي من خلال رسائل التلفزيون. وتتطلب دراسة هذا المتغير التمييز بين أسلوب الرسالة أو تركيبها Syntax أو القالب العام للرسالة، والدلالة اللفظية Semantic، فعلى سبيل المثال : يمكن للمشاهد أن يبين رأيه عن واقعة الأخبار المقدمة من خلال النشرة بناء على تركيبها، ودقة صياغتها، وشكل تقديمها من خلال المندوبين أو المراسلين Syntax، إلا أنه قد يبين رأياً مختلفاً فيما يتعلق بمستوى الدلالة ، بالنظر إلى دوافع القائمين بالاتصال ومدى التزامهم بالدقة والموضوعية عند نقل الأحداث.

### (ب) المنفعة Utility:

ويطلق على هذا المتغير أحياناً التوقعات الاجتماعية Social Expectations ، وتعني درجة الاعتقاد بقبالية تطبيق المحتوى الإعلامي على حياة الأفراد الخاصة.

### (جـ) التوحد Ideatity:

وتعني درجة التطابق التي يدركها المشاهد بين المواقف والشخصيات التي يقدمها التلفزيون، وبين تلك التي يدركها في حياته الواقعية<sup>(٤)</sup>. وقد تم تقسيم الدراسات الخاصة بالواقع المدرك من وسائل الإعلام إلى ثلاث فئات:

- ١- دراسات تستهدف ربط الواقع المدرك بالرسالة : ومن أبرز هذه الدراسات دراسة « أتيكن » (١٩٨٣)<sup>(٥)</sup>. ودراسة "نوبل" (١٩٨٣)<sup>(٦)</sup>. والتتان أشارتا إلى أنه عادة ما يتم التعامل مع مفاهيم الواقع المدرك والواقع الحقيقي باعتبارهما شيئاً واحداً .

## البحوث

٢- دراسات تستهدف ربط الواقع المدرك بالمتلقى : مثل داسة " دينر و وودي " (١٩٨١)، ودراسة "روبن ويبرس" (١٩٨٧) . وقد أشارت هاتان الدراستان إلى خاصيتين ، هما : معاملة الواقع المدرك كمرادف للغة وسائل الإعلام، ومعاملة الواقع المدرك كأجته يتنوع عبر المتلقين وليس باعتباره ناتجاً عن محتوى الرسالة.

٣- دراسات استهدفت بناء تعريفات مفاهيمية Conceptual Definitions للواقع المدرك ، مثل : دراسة "هوكنسز" (١٩٧٧)، ودراسة "بوتر" (١٩٨٨)، والتيين حددتا أربعة أبعاد نظرية للواقع المدرك ، هي : النافذة السحرية - التوقعات الاجتماعية - المحتوى Content - والسياق Context.<sup>(١١)</sup>

### ثانيا : نظرية انتشار المستحدثات Diffusion of Innovations

الابتكار هو : أى فكرة جديدة أو أسلوب أو وسيلة أو قناة أو نمط يتم استخدامه في الحياة . ويرى « روجرز » و « شوميكير » أن عملية تبني المستحدثات الجديدة تمر بأربعة مراحل:

١- مرحلة الوعي بالمستحدث Awareness Stage: وتعني المعرفة الأولى بالمستحدث أو الابتكار الجديد والسماع عنه.

٢- مرحلة الاهتمام Interest: في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد الرغبة في التعرف عن قرب عن هذا المستحدث الجديد والسعى إلى جمع المزيد من المعلومات عنه.

٣- مرحلة التقييم Evaluation: وخلال هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن المستحدث الجديد في ضوء موقفه وسلوكه وشخصيته وتوقعاته واتجاهاته.

٤- مرحلة التبني Adoption: حيث تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد خلالها يستطيع أن يحدد قراره بمدى فائدة المستحدث الجديد وأهميته بالنسبة له، أو انصرافه التام عنه.<sup>(١٢)</sup>

### الدراسات السابقة:

نظراً لأن هذه الدراسة دراسة استطلاعية حول قناة الحرة الجديدة ، فلم تجد الباحثة أية دراسات عربية أو أجنبية تعرضت لهذه القناة، في حين وجدت الباحثة عدداً من الدراسات السابقة التي تناولت دراسة استطلاعات الرأي أو "الاتجاهات"، إلا أنها اكتفت بعرض الدراسات ذات الصلة الوثيقة بموضوع بحثها على النحو التالي :

١- دراسة « جيفرز وماركس » (١٩٨٠)<sup>(١٧)</sup>

وتهدف إلى تصريف اتجاهات جماعات المصالح وللؤسسات التحارية تجاه أداء وسائل الإعلام الأمريكية حول أزمة حقوق الهنود في الصيد في بحيرات ولاية ميتشجان الأمريكية. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٤ مفردة من المشاركين في مؤتمر حقوق الهنود في الصيد. وقد أشارت النتائج إلى أن اتجاهات المبحوثين الأمريكيين الذين ينتمون إلى أصول هندية كانت سلبية بدرجة أكبر من المبحوثين الأمريكيين نحو أداء وسائل الإعلام الأمريكية بصفة عامة. كما أشارت النتائج إلى وجود اتجاهات سلبية أيضاً لدى المبحوثين تجاه التزام وسائل الإعلام بالدقة والعمق في تناول القضايا وعدم التوازن في طرح الآراء، فضلاً عن حجم الاهتمام بالقضية نفسها. وأخيراً أشارت النتائج إلى أن الصحف كانت أكثر الوسائل الإعلامية تقضياً لدى المبحوثين.

٢- دراسة « جارسون » (١٩٨٣)<sup>(١٨)</sup>

وتهدف إلى تعرف اتجاهات البرلمانين الأمريكيين بولاية ويسكونسن الأمريكية حول أداء وسائل الإعلام تجاه القضايا التشريعية المطروحة بمجلس النواب والشيوخ. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٣٢ برلمانيا منهم ٣٣ من مجلس الشيوخ و٩٩ من مجلس النواب. وقد أشارت أهم النتائج إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في إدراك البرلمانين لدى وجود اختلافات في تغطية الشؤون البرلمانية على المستوى المهني مقارنة بالمستوى القومي، كما أشارت النتائج إلى أن البرلمانين الأمريكيين يفضلون الاعتماد على وسيلتي: الراديو والتلفزيون أكثر من الصحف للحصول على المعلومات، فيما يتعلق بالقضايا التشريعية المطروحة بالبرلمان سواء على مستوى الولاية أم المستوى القومي.

٣- دراسة « حسين أبو شنب » (١٩٩٩)<sup>(١٩)</sup>

وتهدف إلى استطلاع آراء النخبة الفلسطينية باعتبارها تمثل قيادة التأييد والتوعية والإعداد للثوار على مدى علاقتها بالعملة. وقد اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٨٢ مبحوثاً من أعضاء هيئة التدريس بالجامعتين: الإسلامية والأزهر، وكلية التربية بغزة. وقد أشارت النتائج إلى أن ثلثي المبحوثين يستمدون معلوماتهم عن العملة من الصحف، يليها التلفزيون والفضائيات، إضافة إلى أن العملة تتأثر بالمنظمات الدولية ذات التأثير؛ فهي ترتبط بالنظام الدولي وثورة العلوم والتكنولوجيا. وأخيراً أشارت النتائج إلى أن الوطن العربي يتأثر بالعملة سلباً وإيجاباً في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والثقافية والدينية.

٤- دراسة « عادل ضيف » (٢٠٠٢) <sup>(١٦)</sup>

وتهدف إلى تعرف آراء واتجاهات النخبة المصرية حول كيفية قيام وسائل الإعلام بدورها لتحسين الصورة العربية والإسلامية بالخارج. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٥٠ مبحوثاً من الأكاديميين بالجامعات المصرية وعددهم ٤٥ مبحوثاً، وفئة الإعلاميين من صحفيين ومذيعين ومخرجين وتضم ٦٠ مبحوثاً، و٤٥ مبحوثاً من أعضاء النقابات المهنية. وقد أشارت أهم النتائج إلى أن وسائل الإعلام العربية والإسلامية لها دور كبير في تحسين صورة العرب، إلى جانب الدور الذي يمكن أن يلعبه الاتصال الشخصي في هذا المجال. كما أشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الغربية لعبت دوراً في تشويه صورة العرب والمسلمين، إلى جانب الدور الذي يمارسه اليهود في هذا الصدد.

٥- دراسة « أشرف جلال » (٢٠٠٢) <sup>(١٧)</sup>

وتهدف إلى تصريف اتجاهات القائمين بالاتصال في مصر نحو خصخصة وسائل الإعلام. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٥٠ مبحوثاً من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية المستقلة (الخاصة)، والمحطات التلفزيونية والإذاعية للخصخصة. وقد أشارت أهم النتائج إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى غالبية القائمين بالاتصال نحو خصخصة وسائل الإعلام، باعتبار أن ذلك يمكن أن يساهم في حل عديد من مشكلات الإعلام المصري، حيث يؤيد ثلاثة أرباع القائمين بالاتصال من أفراد العينة خصخصة وسائل الإعلام مقابل ١٧% يرفضونها.

٦- دراسة « أحمد أحمد عثمان » و « سامي النجار » (٢٠٠٢) <sup>(١٨)</sup>

وتهدف إلى تعرف آراء الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في كل من الصحف وقنوات التلفزيون العربية. وقد طبقت الدراسة على عينة من ١٥٠ مبحوثاً، شملت الصفوة الإعلامية والسياسية والأكاديمية بواقع ٥٠ مبحوثاً لكل فئة. وقد أشارت أهم النتائج إلى أن الصفوة المصرية لديها اتجاهات قوية رافضة لسياسيات الصورة الإعلامية للإنسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون العربية، كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن هذه الاتجاهات لم تتأثر كثيراً باختلاف نوع هذه الصفوة.

٧- دراسة « خالد صلاح الدين حسن » (٢٠٠٢) <sup>(١٩)</sup>

وتهدف إلى تعرف اتجاهات الجمهور العام والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة، فضلاً عن رصد وقياس أحكام الجمهور والإعلاميين على مدى دلالة وأهمية تجربة القنوات الخاصة في دفع أداء النظام الإعلامي في مصر، نحو مزيد من اللامركزية وحرية التعبير. وقد طبقت الدراسة على

## البحوث

عينة من ٤٥٠ مبحوثاً منها ٣٠٠ مبحوث من الجمهور العام و ١٥٠ مبحوثاً من الإعلاميين العاملين بالصحف وقطاعات التلفزيون المختلفة. وقد أشارت أهم النتائج إلى اتفاق الجمهور العام والإعلاميين على أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهوية : العربية والإسلامية، وأن هذه القنوات تستغنى حدود العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع. كما أشارت النتائج إلى انخفاض الثقة في القنوات الخاصة من قبل المبحوثين ، على الرغم من مجتمعها بقدر مرتفع من حرية التعبير ؛ مما يدعم بدوره ديمقراطية الإعلام.

ويتضح لنا من خلال مراجعة الدراسات السابقة ما يلي:

- ١- خلو المكتبة المصرية والعربية والأجنبية من أية دراسات حول قناة الحرية نظراً لحدثة عهدها.
- ٢- لم تول أي من الدراسات السابقة الاهتمام بتحديد استطلاعات آراء الجمهور أو الإعلاميين أو الصفوة تجاه قنوات فضائية أجنبية أو عربية.
- ٣- أن معظم الدراسات السابقة قد ركزت على تحديد اتجاهات الإعلاميين أو النخبة المصرية أو الجمهور العام نحو أداء وسائل الإعلام بصفة عامة، أو خصصتها، أو القنوات الخاصة، أو تقديمها بصورة العرب والمسلمين، دون التعرض إلى محتوى هذه الوسائل لتعرف اتجاهه، ومن هنا تسعى هذه الدراسة الاستطلاعية إلى تعرف آراء الإعلاميين تجاه قناة فضائية أمريكية ناطقة باللغة العربية إلى جانب تحليل كفي لمضمونها ؛ لتعرف اتجاهات هذا المضمون وتحديد أيضاً، إضافة إلى أن هذه الدراسة تحتر أول دراسة عربية لقناة الحرية الأمريكية.

### قناة الحرية الأمريكية:

بدأت قناة الحرية التلفزيونية الأمريكية الناطقة باللغة العربية بثها بعد ظهر يوم الجمعة الموافق ١٣ فبراير سن ٢٠٠٤<sup>(١)</sup>. وقد بدأت القناة بثها اليومى بأربع عشرة ساعة يوميا من الأخبار والبرامج، وسوف يتم تمديدتها إلى أربع وعشرين ساعة يوميا خلال أسابيع قليلة. ويستطيع المشاهدون في الشرق الأوسط مشاهدة الحرية على القمرين : "عرب سات" و"نايل سات"<sup>(٢)</sup>.

ويدير قناة الحرية مؤسسة شبكة تلفزيون الشرق الأوسط Middle East T.V Network Inc وهي مؤسسة غير تجارية لا تبغى الربح المادى ويعملها الشعب الأمريكى من خلال الكونجرس، وتلقى تمويلها بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية The Broadcasting Board of Governors: B.B.G وهو وكالة فيدرالية تتمتع بإدارة ذاتية ، وتعنى بحماية الاستقلال المهني ونزاهة الإعلام والإعلاميين ضمن مؤسستها<sup>(٣)</sup>.

وقد أوضح السيد "نورمان باتيز" رئيس إدارة لجنة الشرق الأوسط في مجلس الأمناء للبت في الشرق الأوسط ، والتي تشرف على المحطة التلفزيونية ، أن قناة الحرية ستقدم آنفاً جديدة للمشاهدين في الشرق الأوسط، كما أنها ستخلق درجة أكبر من الفهم الحضاري والاحترام، وأضاف أن جزءاً مهماً من رسالتنا هو أن نكون مثالا أعلى على الصحافة الحرة على الطريقة الأمريكية<sup>(٣٦)</sup>. كما تهدف الحرية وفقاً للمسؤولين عنها إلى الحد من نفوذ قناتي : الجزيرة والعربية الإخباريتين، وتشجيع الديمقراطية وكسب الرأي العام في العالم العربي بحيث تصبح شبكة إخبارية متكاملة ومتوازنة<sup>(٣٧)</sup>. وتعتبر قناة الحرية أحدث مبادرة أمريكية لتحسين صورة الولايات المتحدة في منطقة تقول واشنطن أنها تريد تشجيع الحرية والديمقراطية بها.<sup>(٣٨)</sup>

ويشرف على قناة الحرية السيد/ "موفق حرب" وهو لبناني الأصل أمريكي الجنسية<sup>(٣٩)</sup> ، وتستهدف القناة جمهور الشباب الذين يمثلون الغالبية في البلدان العربية<sup>(٤٠)</sup> ، وقد خصصت الولايات المتحدة الأمريكية مبلغ ٦٢ مليون دولار لتمويل القناة في العام الأول ، وستعمل القناة جنباً إلى جنب مع إذاعة "موا" التي بدأت بثها منذ عامين<sup>(٤١)</sup>.

وتقدم قناة الحرية برامج متنوعة ، تشمل : الأخبار والبرامج الإخبارية وتغطية للأحداث الجارية وبرامج حوارية، بالإضافة إلى الموضوعات الحياتية والصحة واللياقة البدنية وللتنوعات والترفيه والرياضة والأزياء والعلوم والتكنولوجيا<sup>(٤٢)</sup>. وتسمى إلى تقديم الأخبار الدقيقة المتوازنة والشاملة لتوسيع آفاق مشاهديها ؛ حتى يتمكنوا من تكوين آراء واتخاذ قرارات مبنية على معلومات صحيحة كما يقول المسؤولون عنها.<sup>(٤٣)</sup>

ويعمل في الحرية فريق عمل يضم ٢٠٠ صحفي وإعلامي ، استقطبوا من وسائل إعلامية مختلفة ، تحت إدارة السيد "موفق حرب" وإشراف مجلس الأمناء وهو وكالة أمريكية مستقلة للبت الدولي حول العالم تشرف أيضاً على شبكة إذاعات "صوت أمريكا". ويتألف مجلس الأمناء من ٩ أعضاء : ٤ من الجمهوريين و٤ من الديمقراطيين ، إضافة إلى وزير الخارجية بحكم منصبه. والعدد الأكبر من العاملين في القناة من اللبنانيين، يليهم الصحفيون والإعلاميون الأردنيون والمصريون والسوريون والفلسطينيون ، بالإضافة إلى عدد قليل من قطر والجزائر والعراق. وقد جهزت قناة الحرية بأحدث التجهيزات اللازمة للإعلام المرئي، ويقع مقر القناة الرئيسي في مقاطعة "سبرنج فيلد" إحدى ضواحي ولاية فيرجينيا على بعد ٢٠ دقيقة من وسط واشنطن، وتمتلك شبكة مراسلين في معظم أنحاء العالم العربي<sup>(٤٤)</sup>.



### تساؤلات البحث :

- تسمى هذه الدراسة إلى الإجابة عن أحد عشر تساؤلاً على النحو التالي:
- ١- ما مدى مشاهدة قناة الحرية؟ وما دافع الولايات المتحدة لشيها من وجهة نظر الإعلاميين؟
- ٢- كيف تصنف قناة الحرية؟ وهل تتميز عن غيرها من الفضائيات؟ وما أوجه هذا التميز؟
- ٣- ما الأهداف التي تسعى قناة الحرية لتحقيقها؟ وما أفضل البرامج والمواد التي تقدمها؟
- ٤- ما رأى الإعلاميين في مضمون قناة الحرية بصفة عامة؟ وفي المضمون الإخباري بصفة خاصة؟
- ٥- هل يعتبر الإعلاميون المضمون الإخباري للحرية أحد المصادر الرئيسية التي يتقنون لها؟ وهل يتسم المضمون الإخباري بالمصداقية؟
- ٦- ما تأثير قناة الحرية على الهوية العربية من وجهة نظر الإعلاميين؟ ومن جمهورها المستهدف؟ وكيف تقدم صورة العرب؟
- ٧- ما رأى الإعلاميين حول اتجاهات قناة الحرية؟ وهل ستتحج في إثارة اهتمامات المواطن العربي؟
- ٨- هل يوافق الإعلاميون على العمل في قناة الحرية؟ وبم يصفون من يعملون لها؟
- ٩- مما الذي يجذب المشاهد العربي لقناة الحرية؟ وما المستقبل الذي يتوقعه الإعلاميون لها؟ وكيف يمكن للإعلام العربي التصدي للدعاية الأمريكية؟
- ١٠- ما الاستراتيجية التي تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرية؟
- ١١- ما رأى الإعلاميين في الولايات المتحدة بصفة عامة؟

### منهج البحث :

تعتمد هذه الدراسة على استخدام منهج المسح Survey ، باعتباره أنسب للنهائج العلمية ملائمة للدراسة ؛ حيث يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظواهر في وضعها الراهن بعد جمع البيانات الكافية والملائمة عنها<sup>(٣٣)</sup> .

### عينة البحث ومجتمعها :

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب العينة المتاحة Available Samples في إطار نوع العينات غير الاحتمالية، والذي أشار إليه كل من "ويمر" و"دومينيك" بوصفه أسلوباً مناسباً لسحب وحدات

## البحوث

بحثة متاحة ، وسهل الوصول إليها بحيث تمثل مجتمع الدراسة.<sup>(٣٣)</sup> وقد اشتملت العينة على ١٠٠ باحث من الإعلاميين : الأكاديميين (أعضاء هيئة التدريس بكلليات وأقسام الإعلام ) ، والصحفيين ( بالأهرام والجمهورية والمساء ) ، والإعلاميين العاملين في التلفزيون المصري ، والإعلاميين العاملين بالإذاعة المصرية بواقع ٢٥ محوراً لكل فئة من الفئات الأربع<sup>(٣٤)</sup>. وقد طبقت الدراسة المسحية خلال الفترة من ١٥-٢٥ أبريل ٢٠٠٤.

كما اشتملت عينة البحث أيضاً على تحليل كيفي لمضمون قناة الحرية الأمريكية لمدة ثلاثة أسابيع خلال الفترة من ٣ - ٢٤ أبريل ٢٠٠٤ لتعرف الإطار العام لمضمون هذه القناة.

### أسلوب جمع البيانات وأساليب المعالجة:

تم تصميم استمارة استقصاء Questionnaire تحتوي على ثلاثة وعشرين سؤالاً ، بالإضافة إلى البيانات الشخصية للمبحوثين؛ لقياس مدى مشاهدة الإعلاميين لقناة الحرية الفضائية الأمريكية، وتعرف دوافع الولايات المتحدة لبث هذه القناة من وجهة نظرهم، وكيف يتم تصنيف الحرية؟ وهل تتميز عن غيرها من الفضائيات من وجهة نظرهم؟ وما أوجه هذا التميز؟ وتعرف الأهداف التي تسعى الحرية إلى تحقيقها؟ وأفضل المواد والبرامج التي تقدمها؟ وتعرف رأى الإعلاميين تجاه المضمون العام لقناة الحرية بصفة عامة؟ وللمضمون الإخباري بصفة خاصة؟ ومدى اعتمادهم على هذا المضمون الإخباري؟ وتعرف تأثير قناة الحرية على الهوية العربية؟ ومن هو جمهورها المستهدف من وجهة نظر الإعلاميين؟ وكيف تقدم صورة العرب؟ وما الاستراتيجية التي تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال القناة؟ وهل تستحق اتجاهات قناة الحرية مع قيم وعادات المجتمعات العربية؟ وما مدى نجاحها في إثارة اهتمام المواطن العربي؟ وما المستقبل المتوقع للقناة؟ وهل يوافق الإعلاميون على العمل في القناة؟ وم يصفون من يعملون بها؟ وأخيراً كيف يتصدى الإعلام العربي للدعاية الأمريكية؟

\* استماتت الباحثة ببعض الباحثين لمساعدتها في ملء استمارات الاستقصاء ، وهم:

١- د. عادل عبد الغفار المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢- د. نشوى الشلقان رئيس مركز الأخبار العالمية المصورة بالتحاد الإذاعة والتلفزيون.

٣- أ. محمد طلبة الشلقان الصحفي بجريدة الأهرام الدولي.

## المبحث

كما اشتملت استمارة الاستقصاء على البيانات الشخصية للإعلاميين ، وتشمل : الاسم، والنوع، والعمر، والمهنة، ومكان العمل. وبعد المراجعة الدقيقة لجميع الاستمارات واستبعاد غير الصالح منها للتطبيق، تم تغريغ البيانات والاعتماد على حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخراج الجداول البسيطة والمركبة للتوصل إلى نتائج الدراسة.

### قياس الثبات والصدق:

لقياس ثبات البيانات ، استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاعتبار T-Retest ، على عينة عشوائية من عشرة مبحوثين تمثل ١٠% من إجمالي العينة الأصلية ، وقد بلغت قيمة معامل الثبات ٩٠,١% ، وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات للقياس ودقته.

كما استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهري Face Validity لاختبار صدق صحيفة الاستقصاء ، من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين<sup>(\*)</sup> ، الذين أشاروا إلى بعض التعديلات ، وأفروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه.

## نتائج الدراسة

جدول (١) : توصيف عينة المبحوثين .

الجنس				العمر				المهنة			
ذكور	إناث	أقل من ٣٠	٣٠-٤٠	٤٠-٥٠	٥٠-٦٠	أكثر من ٦٠	أقل من ٣٠	٣٠-٤٠	٤٠-٥٠	٥٠-٦٠	أكثر من ٦٠
٥٩	٤١	١٠٠	١٠٠	٩	٢٠	٢٢	١٠٠	١٠٠	٢٥	٢٥	٢٥

(\*) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماءهم:

١- د. مني الحديدي عميد الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام والأستاذ بكلية الإعلام - جامعة

القاهرة.

٢- د.أ. حسن عماد مكاوي وكيل الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام والأستاذ بكلية الإعلام - جامعة

القاهرة.

٣- د.أ. محمود شريف الأستاذ للمترغ بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلوان.

جدول (٢) : مدى مشاهدة قناة الحرة .

الدرجة	الإجمالي	الإعلاميون بالإذاعة		الإعلاميون بالتليفزيون		الصحفيون		الأكاديميون		مئة الإعلاميين على المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٠	٢٠	٢٠	٥	٨	٢	٢٨	٧	٢٤	٦	دائماً
٨٠	٨٠	٨٠	٢٠	٩٢	٢٣	٧٢	١٨	٧٦	١٩	أحياناً
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا أشاهدها
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع

جدول (٣) : دوافع الولايات المتحدة لث قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الدوافع		أكاديميون		صحفيون		بالتليفزيون		بالإذاعة	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
لتحسين صورة الولايات المتحدة الأمريكية	١٢	٥٢	٥	٢٠	٩	٣٦	١٢	٤٨	١٢
للترويج لبادئ التغيير في المنطقة العربية	٩	٣٦	٧	٢٨	١٠	٤٠	٤	١٦	٤
لتغيير النظم العربية وترسيخ الديمقراطية الأمريكية	٢	٨	٣	١٢	١	٤	١٦	٤	٤
لواجهة قناة الجزيرة والعربية	٣	١٢	٤	١٦	٢	٨	٤	١٦	٤
لتحرير العقول والفكر العربي وغرس مبادئ الحرية	-	-	٤	١٦	-	١	٤	١٦	٤
لتقديم الحقيقة بلا خوف أو قيود أو خطوط حمراء	١	٤	٢	٨	١	٤	-	-	-
هي أسلوب من أساليب الدعاية النفسية في المنطقة العربية	١٣	٥٢	٦	٢٤	٦	٢٤	١١	٤٤	١١
برق جديد للدعاية الأمريكية في المنطقة العربية	١٢	٤٨	١٤	٥٦	١٤	٥٦	٨	٣٢	٨

\* البحوث يختار أكثر من إجابة

جدول (٤) : تصنيف قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيين		أكاديميون		تصنيف قناة الحرة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٩	٣٩	٤٨	١٢	٤٤	١١	٣٢	٨	٣٢	٨	قناة إخبارية متخصصة
٣٠	٣٠	٢٤	٦	٤٨	١٢	٢٤	٦	٢٤	٦	قناة سياسية متخصصة
٤	٤	-	-	٤	١	٨	٢	٤	١	قناة ثقافية متخصصة
٢٧	٢٧	٢٨	٧	٤	١	٣٦	٩	٤٠	١٠	قناة عامة
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة

جدول (٥) : مدى تميز قناة الحرة عن غيرها من الفضائيات بصفة عامة من وجهة نظر الإعلاميين .

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيين		أكاديميون		درجة التمييز
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣١	٣١	٢٤	٦	٣٢	٨	٣٢	٨	٣٦	٩	نعم
٦٩	٦٩	٧٦	١٩	٦٨	١٧	٦٨	١٧	٦٤	١٦	لا
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة

## البحوث

جدول (٦): أوجه تميز قناة الحرة عن غيرها من الفضائيات .

أوجه التميز	الإعلاميون		أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة		النسبة الإجمالي	النسبة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تقدم مضامين تنصم بالحرة	١	١١,١	١	١٢,٥	٢	٢٥	٢	٥٠	٧	٢٢,٦	٧	٢٢,٦
تستخدم أساليب جديدة في الانتاج	١	١١,١	٤	٥٠	٤	٥٠	١	١٦,٧	١٠	٣٢,٣	١٠	٣٢,٣
تقدم أفكاراً جديدة وجريئة	١	١١,١	-	-	-	١	١٢,٥	-	-	٢	٦,٥	٦,٥
تعارض المبادئ فيما تقدمه	-	-	-	-	-	-	-	-	١	١٦,٧	١	٣,٢
تنصم بالسرعة والجراحة في مضمونها	١	١١,١	-	-	-	-	-	-	١	١٦,٧	٢	٦,٥
تعتمد على مقدمين ذوي ثقافة وكفاءة عالية	٣	٣٣,٣	٢	٢٥	١	١٢,٥	-	-	١	١٦,٧	١٩,٤	١٩,٤
تستخدم أساليب جديدة ومبهرة في التقديم	٢	٢٢,٢	١	١٢,٥	-	-	-	-	٢	٢٢,٢	٩,٧	٩,٧
* البحوث يختار أكثر من إجابة	إجابة عن السؤال ٩		إجابة عن السؤال ٨		إجابة عن السؤال ٨		إجابة عن السؤال ٦		٣١	٣١	٣١	٣١

جدول (٧) : الأهداف التي تسعى قناة الحرة إلى تحقيقها من وجهة نظر الإعلاميين .

الأهداف	الإعلاميون		أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة		النسبة الإجمالي	النسبة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أهداف سياسية	١٠	٤٠	٨	٣٢	٨	٣٢	١٣	٥٢	٣٩	٣٩	٣٩	٣٩
أهداف عسكرية وأمنية	٢	٨	١	٤	٣	١٢	٢	٨	٨	٨	٨	٨
أهداف اقتصادية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
أهداف اجتماعية	-	-	٢	٨	-	-	-	-	٢	٨	٢	٢
كل الأهداف السابقة	١٣	٥٢	١٤	٥٦	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٥١	٥١	٥١	٥١
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (٨) : أفضل المواد والبرامج التي تقدمها قناة الحرية من وجهة نظر الإعلاميين .

الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيين		أكاديميون		الإعلاميون
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٨	٥٦	١٤	٣٦	٩	٢٨	٧	٣٢	٨	نشرات الأخبار
١٠٤	٧٦	١٩	٩٨	١٧	٦٤	١٦	٥٦	١٤	البرامج السياسية
٥	٨	٢	٤	١	٤	١	٤	١	البرامج الاقتصادية
٦	٨	٢	٤	١	٨	٢	٤	١	البرامج الاجتماعية
٢٨	٢٨	٧	١٢	٣	٢٠	٥	٥٢	١٣	البرامج الوثائقية
٢	-	-	٤	١	٤	١	-	-	البرامج الرياضية
٢	٤	١	-	-	٨	٢	-	-	البرامج الأدبية
١١	٨	٢	١٦	٤	١٢	٣	٨	٢	برامج العلوم
١	-	-	-	-	٤	١	-	-	برامج الفنون
٢٢	١٦	٤	٤	١	٢٤	٦	٤٤	١١	برامج المجالات التلفزيونية الشاملة
١	-	-	-	-	-	-	٤	١	برامج المرأة

\* المحورث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٩) : آراء الإعلاميين تجاه المضمون العام لقناة الحرية..

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيين		أكاديميون		الإعلاميون
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	١	-	-	-	-	٤	١	-	-	يتسم بالموضوعية
٩	٩	-	-	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	يتسم بالحرية
٣	٣	-	-	٤	١	-	-	٨	٢	يتسم بالحياد
٤٩	٤٩	٥٢	١٣	٥٦	١٤	٤٤	١١	٤٤	١١	متحيز
٢٠	٢٠	٢٠	٥	١٢	٣	٢٤	٦	٢٤	٦	يتسم بالهجوم
١٨	١٨	٢٨	٧	١٦	٤	١٦	٤	١٢	٣	يتسم بالعداء
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة

جدول (١٠) : آراء الاعلاميين تجاه المضمون الإخباري لقناة الجزيرة.

الإجمالي	إعلاميون بالإذاعة						إعلاميون بالتليفزيون						مصحفون						أكاديميون						آراء الإعلاميين		
	لا		أحياناً		دائماً		لا		أحياناً		دائماً		لا		أحياناً		دائماً		لا		أحياناً		دائماً				
	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%			
١	١٣	١٨	٨	٢	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢	٣	١٢		
٢	١١	١٢	-	-	١٨	٧	١٢	١٨	٨	٢	٤٠	١٠	٥٢	١٢	١١	٤	١٢	١٥	٤	١	٣٢	٨	١٢	١١	١٢		
٣	١١	٤٢	-	-	٤٨	١٢	٥٢	١٢	٨	٢	٤٨	١٢	٤٤	١١	١٩	٤	٣١	٩	٤٨	١٢	٢٠	٥	٤٠	١٠	١٠		
٤	١١	٥٢	١٢	٤٨	١٢	-	-	٤٤	١١	٤٨	١٢	٨	٢	٤٨	١٢	٣٢	٨	٢٠	٥	٤٠	١٠	٤٤	١١	١١	٤		
٥	١٢	٥	٨٠	٢٠	١٢	٤	٤	١	٣١	١١	٢٠	٥	٤	١	١٠	١٥	٣٢	٨	٢	١٨	١٢	٢٨	٧	٤	١		
٦	١١	٧	١٢	٤	١	-	-	١٨	١٢	٢٨	٧	٤	١	١٨	١٢	١١	٤	١٢	٤	١٨	١٢	٢٨	٧	٨	٢		
٧	١١	١٠	٤٠	١٠	-	-	-	٥١	١٤	٤٤	١١	-	-	٥٢	١٢	٢٨	٧	٢٠	٥	٤٤	١١	٣٢	٨	٢٤	٦		
٨	١٠	٨٨	٢٢	١٢	٢	-	-	٨٠	٢٠	١١	٤	٤	١	٥١	١٤	٢٢	٨	١٢	٢	٣١	١١	٢٠	٥	٤	١		
٩	١٢	١٨	٨	٢	١٢	٣	٨٠	٢٠	٨	٢	٣١	٩	٥١	١٤	١١	٤	١٢	١٧	٤	١	٢٨	٧	٢٨	١١	١٢		
المصنفون الإجمالي																											
يقول وجهة النظر الأمريكية فقط																											
جريف مطبق ويقسم أدلة صادقة																											
يقدم وجهات النظر المختلفة																											
يراعي الحساد																											
يمكن الرأي العام العربي ويؤمن منه																											
يقدم أدلة وسرداً وروايات صادقة																											
يتعامل مع القضايا العربية																											
يتعامل مع كونه إسرائيل وبنيتي																											
وجهة نظره																											

يظل وجهة النظر الأمريكية فقط  
تتفرد اهتمام يقدم أدلة متجددة  
يقدم وجهات النظر المختلفة  
برأي الجهاد  
يمكن الرأي العام العربي ويغير عنه  
يقدم أدلة وصورة وجهات متجددة  
تتعلق مع القضايا العربية  
تتعلق مع حكومة إسرائيل وتبني  
وجهة نظرها

ملحوظة: المهرجوت يختار أكثر من إجابة



جدول (١١) : مدى اعتماد الإعلاميين على المضمون الإخباري لقناة الحرة كأحدى مصادرهم الرئيسية.

الاعتماد على المصدر	أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة		النسبة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً	٢	٨	-	-	-	-	-	-	٢	٢
أحياناً	٣	١٢	٦	٢٤	٥	٢٠	٨	٣٢	٢٢	٢٢
لا	٢٠	٨٠	١٩	٧٦	٢٠	٨٠	١٧	٦٨	٧٦	٧٦
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٢) : مدى مصداقية المضمون الإخباري لقناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

المصداقية	أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة		النسبة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
إلى حد كبير	١	٤	١	٤	-	-	-	-	٢	٢
إلى حد ما	٩	٣٦	٧	٢٨	١٠	٤٠	٨	٣٢	٣٤	٣٤
لا يتسم بالمصداقية	١٥	٦٠	١٧	٦٨	١٥	٦٠	١٧	٦٨	٦٤	٦٤
المجموع والنسبة	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٣) : تأثير قناة الحرة على الهوية العربية من وجهة نظر الإعلاميين .

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيون		أكاديميون		الإعلاميون تأثير قناة الحرة على الهوية العربية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣	٣	-	-	٨	٢	٤	١	-	-	تحافظ على الهوية العربية
٢٧	٢٧	٣٦	٩	٢٠	٥	٢٤	٦	٢٨	٧	تمسح الهوية العربية وتضللها
٥٢	٥٢	٤٤	١١	٦٤	١٦	٥٦	١٤	٤٤	١١	تحاول تغيير الهوية لتتفق مع الهوية الأمريكية
١٨	١٨	٢٠	٥	٨	٢	١٦	٤	٢٨	٧	تقضي على الهوية العربية نهائياً
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة

جدول (١٤) : الجمهور المستهدف لقناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيون		أكاديميون		الإعلاميون الجمهور المستهدف
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الأطفال وصغار السن
٣٧	٣٧	٦٠	١٥	٢٠	٥	٤٠	١٠	٢٨	٧	الشباب
٩	٩	٨	٢	٨	٢	٨	٢	١٢	٣	المثقفين
٤	٤	٨	٢	-	-	-	-	٨	٢	الصفوة
٥٠	٥٠	٢٤	٦	٧٢	١٨	٥٢	١٣	٥٢	١٣	الجمهور العام
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة

جدول (١٥) : الصورة التي يقدم لها العرب من وجهة نظر الإعلاميين .

الترتيب	الرقم	الإعلاميون		أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
	١	-	-	١	٤	-	-	-	-	-	-
	١	١	٤	-	-	-	-	-	-	-	-
	١	-	-	-	-	-	-	١	٤	-	-
	٤	١	٤	١	٤	١	٤	٢	٨	-	-
	٣٢	١٢	٤٨	٦	٢٤	٩	٣٦	٥	٢٠	٢٠	٢٠
	٩٠	١٤	٥٦	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٢٠	٨٠	٨٠	٨٠
	٤٢	١١	٤٤	٧	٢٨	١٤	٥٦	١٠	٤٠	٤٠	٤٠
	٤٣	١٥	٦٠	١٠	٤٠	٩	٣٦	٩	٣٦	٣٦	٣٦

\* المحور يختار أكثر من إجابة.

جسدرول (١٦) : مدى توافق اتجاهات قناة الحرة مع قيم وعادات المجتمعات العربية من وجهة نظر الإعلاميين .

الترتيب	الرقم	الإعلاميون		أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
	٤	٢	٨	٢	٨	-	-	-	-	-	-
	٣٤	١٠	٤٠	٨	٣٢	١٠	٤٠	٦	٢٤	٢٤	٢٤
	٦٢	١٣	٥٢	١٥	٦٠	١٥	٦٠	١٩	٧٦	٦٢	٦٢
	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٠	١٠٠

جدول (١٧): مدى نجاح قناة الحرية في إثارة اهتمامات المواطن العربي من وجهة نظر الإعلاميين .

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيون		أكاديميون		الإعلاميون	اثارة الاهتمامات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٨	٨	-	-	٨	٢	١٢	٣	١٢	٣	إلى حد كبير إلى حد ما لا تثير الاهتمامات	إلى حد كبير
٣٦	٣٦	٢٠	٥	٦٤	١٦	٢٠	٥	٤٠	١٠		إلى حد ما
٥٦	٥٦	٨٠	٢٠	٢٨	٧	٦٨	١٧	٤٨	١٢		لا تثير الاهتمامات
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة	

جدول (١٨) : موافقة الإعلاميين على العمل في قناة الحرية .

النسبة	الإجمالي	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيون		أكاديميون		الإعلاميون	الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٢	١٢	٤	١	٨	٢	٢٠	٥	١٦	٤	نعم لا	نعم
٨٨	٨٨	٩٦	٢٤	٩٢	٢٣	٨٠	٢٠	٨٤	٢١		لا
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	المجموع والنسبة	

جدول (١٩) : صفات من يعملون في قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الصفات	أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة		المتوسط
	لك	%	لك	%	لك	%	لك	%	
يتمتعون بالجرأة والشجاعة	٣	١٢	١	٤	٢	٨	٢	٨	٨
يتمتعون بالحرية والديمقراطية	١	٤	٣	١٢	٢	٨	٢	٨	٨
يبيعون أنفسهم من أجل المال	١٣	٥٢	٩	٣٦	١٢	٤٨	١٥	٦٠	٤٩
لا يؤمنون بالقضايا العربية	٩	٣٦	١١	٤٤	٩	٣٦	١٠	٤٠	٣٩
خارجين على حدود الشريعة والدين	٤	١٦	١	٤	٣	١٢	٤	١٦	١٢
يرغبون في الشهرة وحسب الظهور	١٧	٦٨	٦	٢٤	٩	٣٦	٩	٣٦	٤١
للحصول على أجور عالية	٦	٢٤	٢	٨	٢	٨	١	٤	١١

\* ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٢٠) : أسباب جذب المشاهد العربي لقناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

أسباب الجذب	أكاديميون		صحفيون		بالتلفزيون		بالإذاعة		المتوسط
	لك	%	لك	%	لك	%	لك	%	
لأنها قناة أمريكية	١٥	٦٠	٩	٣٦	٦	٢٤	١٧	٦٨	٤٧
لضعف القنوات العربية	٤	١٦	٤	١٦	٢	٨	٧	٢٨	١٧
للمقارنة بينها وبين القنوات العربية	١٠	٤٠	٧	٢٨	٩	٣٦	٨	٣٢	٣٤
لقوة المحتوى الذي تقدمه وسرعته	٥	٢٠	١	٤	٤	١٦	-	-	١٠
لتنقيدها كافة الموضوعات والقضايا	٤	١٦	٢	٨	١	٤	٢	٨	٩
بحرية	١٧	٦٨	١٠	٤٠	١٨	٧٢	١٢	٤٨	٥٧
للفضل وحسب متابعة كل جديد	١٧	٦٨	١٠	٤٠	١٨	٧٢	١٢	٤٨	٥٧

\* ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٧١) : مستقبل قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين .

الترتيب	الجنس	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيون		أكاديميون		الإعلاميون	مستقبل القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٣٦	٣٦	٣٦	٩	٢٨	٧	٥٢	١٣	٢٨	٧		لن تستطيع الصمود طويلاً في المنطقة العربية
٥٠	٥٠	٥٦	١٤	٥٢	١٣	٣٢	٨	٦٠	١٥		سيكتشف الجمهور عدم مصداقيتها ويتصرف عنها
٥	٥	٤	١	١٢	٣	٤	١	-	-		ستصبح أهم قناة خلال فترة قصيرة
٢	٢	-	-	٤	١	٨	٢	-	-		ستنجح في القضاء على بعض الفضائيات العربية
٦	٦	٤	١	٤	١	٤	١	١٢	٣		ستصبح المصدر الرئيسي للأخبار في المنطقة العربية
١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥		المجموع والنسبة

جدول (٧٢) : طرق تصدى الإعلام العربي للدعاية الأمريكية من وجهة نظر الإعلاميين .

الترتيب	الجنس	بالإذاعة		بالتلفزيون		صحفيون		أكاديميون		الإعلاميون	طرق التصدى
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٧٠	٧٦	١٩	٨٠	٢٠	٨٠	٢٠	٤٤	١١	٤٤		بث قنوات عربية بلغات أجنبية موجهة للخارج
٤٥	٤٠	١٠	٣٦	٩	٤٤	١١	٦٠	١٥	٦٠		تنشيط جماعات الضغط العربية في الخارج
١٧	٢٤	٦	٢٤	٦	١٦	٤	٤	١	٤		بث برامج موجهة للخارج من خلال الفضائيات العربية
٣٦	٢٠	٥	٢٨	٧	٢٠	٥	٧٦	١٩	٧٦		التخلص من القوانين والتشريعات المقيدة للحريات

\* ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من إجابة.

جدول (٢٣) : الإستراتيجية التي تسمى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال ثلاثة أمور من وجهة نظر الإعلاميين .

الإجمالي		إعلاميون بالإدارة						إعلاميون بالتدريسين						مستوفون						أكاديميون						الأملاكون	
رد	الاجابة	لا		أحياناً		دائماً		لا		أحياناً		دائماً		لا		أحياناً		دائماً		لا		أحياناً		دائماً			
		ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%		
٢٢	٤٦	٢٤	٦	٤٠	١٠	٣٦	٩	٢٨	٧	٢٨	٧	٤٤	١١	٢٠	٥	٢٨	٧	٥٢	١٣	٤	٣٢	٨	٥٢	١٣	١٣	تعليم المواطن العربي البعير لطيفة على الطريقة الأمريكية	
٢٣	٤٦	٢٤	٦	٤٠	١٠	٣٦	٩	٢٨	٧	٢٨	٧	٤٤	١١	٢٠	٥	٢٨	٧	٥٢	١٣	٤	٣٢	٨	٥٢	١٣	١١	إحداث التغيير التام في المنطقة العربية بأروها	
١٣	٤٤	٥٢	١٩	٤	٤٤	١١	٤٠	١٠	٢٠	٥	٣٢	٨	١٢	٨	٢	٤٤	١١	٤٨	١٢	٨	٢	١٩	٤	٣٩	١١	١١	غرس روح التغيير من الداخل لدى المواطن العربي
٢٨	٤٤	٤٠	١٠	٢٤	٦	٣٦	٩	٢٨	٧	٣٢	٨	٤٠	١٠	٣٢	٨	٢٨	٧	٤٠	١٠	٨	٢	٣٢	٨	٦٠	١٥	١٥	إزالة الصور النمطية العربية
١١	٥٨	٨	٢	٢٠	٥	٧٢	١٨	٨	٢	٣٦	٩	٥٦	١٤	٢٠	٥	٢٤	٦	٥٦	١٤	٨	٢	٤٤	١١	٤٨	١٢	١٢	إبراز الدور الأمريكي في دعم السلام في المنطقة العربية
١٢	٥٩	٤	١	٢٠	٥	٧١	١٩	٤	١	٣٦	٩	٦٠	١٥	٢٤	٦	٢٨	٧	٤٨	١٢	١٦	٤	٣٢	٨	٥٢	١٣	١٣	إزالة الصور النمطية العربية

ملحوظة: المبرحت يختار أكثر من إجابة

جدول (٢٤) : آراء الإعلاميين تجاه الولايات المتحدة بصفتها صديقة

الإجمالي	إعلاميون بالولايات						إعلاميون بالتلفزيون						صحفيون						أكاديميون						الإعلاميون الآراء			
	ن		ن		ن		ن		ن		ن		ن		ن		ن		ن									
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%								
٧	١٢	٨١	٨	٢	٢٤	١	١٨	١٧	١٢	٢	٤	١	٨٤	٢١	٨	٢	٢٠	٥	٧٢	١٨	-	-	-	١٠٠	٢٥	القطب الأوربي الذي يقود العالم		
٧٠	٢٣	٧	٦٠	١٥	٤٠	١٠	-	-	٧٢	١٨	٢٠	٥	٨	٢	٧٢	١٨	١٢	٢	١٩	٤	٩١	١٩	٢٠	٥	٤	١	مركز الحرية والديمقراطية في	
٤٤	٢٥	٦١	٤٠	١٠	٥٦	١٤	١	٢٢	٨	٢١	٩	٢٢	٨	٥٢	١٢	٢٠	٥	٧٨	٧	٥٢	١٢	٢٨	٧	٢٠	٥	٥	المجتمع العالمي	
١	١٣	٨١	٤	١	١٣	٢	٨٤	٩١	٤	١	٨	٢	٨٨	١٢	١٧	٢	٧٢	١٨	٤	١	١٩	٤	٨٠	٢٠	٢٠	٢٠	نموذج راسخ الاستعمار في	
٤	١١	٨٥	-	-	٨	٢	٩٢	٧٣	-	-	٨	٢	٩٢	٧٣	١٧	٢	٧١	١٩	٤	١	١٩	٤	٨٠	٢٠	٢٠	٢٠	العالم	
٢	٥	٩٢	-	-	-	-	١٠٠	٢٥	-	-	٤	١	٩١	٢٤	٤	١	٨٨	١٢	٨	٢	٨	٢	٨٤	٢١	٢١	٢١	نموذج راسخ الاستعمار في	
																											شكل جديد	
																												قوة سياسية وعسكرية عالمية
																												النزاع الأكبر للكيان الصهيوني



## مناقشة النتائج

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول (١) والخاص بتصنيف عينة الدراسة ، أنه فيما يتعلق بالنوع فقد بلغت نسبة الذكور من الإعلاميين ٥٩% مقابل ٤١% للإعلاميات. وفيما يتعلق بالعمر بلغت نسبة من تقل أعمارهم عن ثلاثين عاماً من الإعلاميين ٩% فقط مقابل ٦% تزيد أعمارهم عن ستين عاماً ، في حين بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين ٣٠ - ٤٠ سنة ٣٣% ، وبين ٤٠ - ٥٠ سنة ٣٢% ، وبين ٥٠ - ٦٠ سنة ٢٠% وأخيراً بالنسبة للمهنة فقد بلغت نسبة كل فئة من الفئات الإعلامية الأربع : (الأكاديميين- الصحفيين- الإعلاميين بالتلفزيون- الإعلاميين بالإذاعة) ٢٥% فقط.

### أولاً : تساؤلات الدراسة:

نظراً لأن هذه الدراسة تعتبر دراسة استطلاعية حول قناة الحرة الفضائية الأمريكية، ونظراً لعدم وجود دراسات سابقة سواء عربية أم أجنبية تتناول موضوع البحث. لذا ، فإن الباحثة لم تستطع ربط نتائج دراستها بنتائج الدراسات السابقة لعدم توافرها، ومن ثم اتجهت إلى ربطها ببعض الآراء والكتابات للإعلاميين الأكاديميين والصحفيين والعاملين بالإذاعة والتلفزيون من خلال ما نشر بالصحف والمجلات وعبر شبكة الإنترنت. بالإضافة إلى بعض الدراسات السابقة القليلة الخاصة بالتساؤلات ، التي تدور حول صورة كل من الولايات المتحدة الأمريكية وصورة العرب.

(١) ما مدى مشاهدة قناة الحرة؟ وما دافع الولايات المتحدة لثبثها من وجهة نظر الإعلاميين؟

تشير بيانات الجدول (٢) والخاص بمدى مشاهدة الإعلاميين لقناة الحرة إلى أن نسبة ٢٠% فقط هي التي تفرص على المشاهدة الدائمة والمتظمة للقناة، في حين أن ٨٠% منهم يشاهدون القناة بطريقة غير منتظمة (أحياناً). وقد جاء الإعلاميون الصحفيون في مقدمة الإعلاميين الذين يشاهدون قناة الحرة بصورة دائمة بنسبة ٨٢% ، يليهم الأكاديميون بنسبة ٢٤% ، في حين جاء الإعلاميون العاملون بالتلفزيون في مؤخرة الإعلاميين الذين يشاهدون بصورة منتظمة ودائمة بنسبة ٨% وإن كانوا أكثر الإعلاميين للمشاهدة غير المنتظمة (أحياناً) بنسبة ٢٩%.

وتشير بيانات الجدول (٣) ، والخاص بتوافع الولايات المتحدة لثبث قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين ، إلى أنهم يرون أن الدافع الأساسي لثبث هذه القناة : هي ألها يوق جديد للعناية الأمريكية في المنطقة العربية بنسبة ٤٨% ، يليها رغبة الولايات المتحدة في تحسين صورتها في المنطقة العربية بنسبة ٣٩%.

وقد جاء في مقدمة دوافع الإعلاميين الأكاديميين دافع رغبة الولايات المتحدة في تحسين صورتها، ودافع ألما تعبر عن أسلوب من أساليب الدعاية في المنطقة العربية بنسبة ٥٢% لكل منهما. أما بالنسبة للإعلاميين الصحفيين والعاملين بالتلفزيون فلم يرون ألما بوق جديد للدعاية الأمريكية في المنطقة العربية بنسبة ٥٦% وأخيراً بالنسبة للإعلاميين بالإذاعة فلم يرون أن الحرية بُنت لتحسين صورة الولايات المتحدة في المنطقة العربية كدافع أساسي من وجهة نظرهم ، وتتفق هذه النتيجة مع آراء كل من "جيهان رشي" (١٣) و"ماجى الحلواني" (٣٤) و"سامى الشريف" (٣٦) و"حسين أمين" (٣٧) و"سلامة أحمد سلامة" (٣٨) و"محمد الفيضلي" (٣٩) و"أنور عبد اللطيف" (٤٠) وشبكة CNN (٤١).

(٧) كيف تصنف قناة الحرية؟ وهل تتميز عن غيرها من الفضائيات؟ وما أوجه هذه التميز؟  
تشير بيانات الجدول (٤) إلى أن نسبة ٣٩% من الإعلاميين يصنفون قناة الحرية باعتبارها قناة إخبارية متخصصة، يليها نسبة ٣٠% ترى ألما قناة سياسية في المقام الأول.

وفيما يتعلق بالأراء المنفصلة لكل فئة من فئات الإعلاميين الأربع ، فقد جاءت النتائج مختلفة إلى حد ما، حيث يصنف الإعلاميون الأكاديميون والصحفيون قناة الحرية باعتبارها قناة عامة بنسبة ٤٠% ، ٣٦% لكل فئة، بينما يصنف الإعلاميون بالتلفزيون قناة الحرية بأنها قناة سياسية بنسبة ٤٨%، ويصنفها الإعلاميون بالإذاعة باعتبارها قناة إخبارية بنسبة ٤٨%. وتتفق هذه النتيجة مع ما كتبه "أحمد الجبهني" من أن الحرية لا تعدو أن تكون أكثر من قناة إخبارية عادية لا تزيد على قنوات مثل العالم أو المستقلة الإخباريتين. (٤٢)

كذلك تشير بيانات الجدول (٥) إلى أن ٦٩% من الإعلاميين يرون قناة الحرية لا تتميز عن الفضائيات الأخرى سواء العربية أم الأجنبية، مقابل نسبة ٣١% فقط يرون ألما قناة مميزة. وقد جاءت أعلى نسبة تميز من جانب الإعلاميين الأكاديميين بنسبة ٣٦%، بينما جاءت أعلى نسبة تميز تروى ألما غير مميزة للإعلاميين بالإذاعة بنسبة ٧٦%.

وفيما يتعلق بأوجه هذه التميز تشير بيانات الجدول (٦) إلى أن الإعلاميين الأكاديميين يرون أن قناة الحرية تتميز باعتمادها على مذيعين ومقدمين ذوى كفاءة وقدرة عالية بنسبة ٣٣,٣%، وتختلف هذه النتيجة مع ما تراه "هالة حشيش" من أن المذيعين بقناة الحرية يحتاجون إلى تدريب مكثف خاصة للقائمين على نشرات الأخبار (٤٣). في حين يرى الإعلاميون الصحفيون والعاملون بالتلفزيون أن أهم ما يميز قناة الحرية ألما تستخدم أساليب جديدة ومبهرة في الإقناع بنسبة ٥٠%. وأخيراً يرى الإعلاميون بالإذاعة ألما تتميز بتقديم مضامين تنسم بالحرية بنسبة ٥٠%.

### (٣) ما الأهداف التي تسعى قناة الحرية إلى تحقيقها؟ وما أفضل البرامج والمواد التي تقدمها؟

تشير بيانات الجدول (٧) إلى أن ٥١% من الإعلاميين بصفة عامة يرون أن أهم الأهداف التي تسعى قناة الحرية إلى تحقيقها من وجهة نظرهم هي عبارة عن مزيج من الأهداف السياسية والعسكرية والأمنية والاقتصادية والاجتماعية بنسبة ٥١%، تليها رؤيتهم بأنها تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية فقط في المقام الأول بنسبة ٣٩%.

وعلى مستوى الفئات الأربع للإعلاميين يتفق الإعلاميون الأكاديميون مع الصحفيين والعاملين بالتلفزيون على أن الحرية تسعى إلى تحقيق هذا المزيج من الأهداف السابقة بنسبة ٥٢% ، ٥٦% ، ٥٦% على التوالي، بينما يرى الإعلاميون بالإذاعة أنها تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية في المقام الأول بنسبة ٥٢%.

وفيما يتعلق بأفضل المواد والبرامج التي تقدمها قناة الحرية من وجهة نظر الإعلاميين، تشير بيانات الجدول (٨) إلى أن البرامج السياسية تحتل المكانة الأولى في تفضيلاتهم، يليها نشرات الأخبار ، فالبرامج الوثائقية في حين جاءت برامج الفنون وبرامج المرأة في مؤخرة تفضيلاتهم وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "ماجدة السبع" من أن برامج المرأة بالحرية أقل بكثير من البرامج التي يقدمها التلفزيون المصري والقنوات العربية الأخرى<sup>(١٤)</sup>.

وفيما يتعلق بأفضليات الفئات الأربع للإعلاميين (أكاديميين - صحفيين - بالتلفزيون - بالإذاعة) فقد جاءت البرامج السياسية في مقدمة أفضلياتهم بنسبة ٥٦% ، ٦٤% ، ٦٨% ، ٧٦% على التوالي. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "بلسي" والتي تشير إلى أن الجمهور يلجأ دائماً إلى التلفزيون سواء الأرضي أم الفضائي ، كمصدر أساسي للحصول على الأخبار وأحداث العالم والشؤون الجارية.<sup>(١٥)</sup>

### (٤) ما رأى الإعلاميين في مضمون قناة الحرية بصفة عامة؟ وفي المضمون الإخباري بصفة خاصة؟

تشير بيانات الجدول (٩) إلى أن نسبة ٤٩% من الإعلاميين يرون أن المضمون العام لقناة الحرية يتسم بالتحيز، يليه نسبة ٢٠% ترى أنه يتسم بالحياد على المنطقة العربية، و١٨% يرون أنه يتسم بالعداء لشعوب المنطقة العربية . وفي المقابل ترى نسبة ١% فقط أن مضمون الحرية يتسم بالموضوعية ، و٦٣% يرون بأنه يتسم بالحياد. وتتفق هذه النتيجة الضعيفة مع ما يراه "أنور عبد اللطيف" من أن قناة الحرية ينبغي أن تكون حرة وتتنازع إلى شعوب الشرق الأوسط وقضاياهم العادلة في مواجهة الكذب والادعاء ، وما أن تكفي بادعاء الحياد بين الجلاذ وضحاياهم<sup>(١٦)</sup>.

## البحوث

وتشير بيانات الجدول (١٠) والخاص بآراء الإعلاميين تجاه المضمون الإخباري لقناة الحرة إلى أن الإعلاميين يرون أن المضمون الإخباري للحرة دائماً ما يتعاطف مع الحكومة الإسرائيلية ويتبنى وجهة نظرها في المقام الأول ، يليه أنه عادة ما تغلب عليه وجهة النظر الأمريكية ، سواء من حيث الشكل أو المضمون في المقام الثاني ، يليه أنه كثيراً ما يزيّف الحقائق ويقدم أدلة خاطئة.

وفيما يتعلق بآراء الفئات الأربع للإعلاميين فإنه يوجد إجماع تام بينهم على أن المضمون الإخباري للحرة دائماً ما يتعاطف مع إسرائيل ويقدم وجهة نظرها بنسبة ٦٨% ، ٦٨% ، ٥٦% ، ٨٠% على التوالي لكل فئة من الإعلاميين ، يليه اتفاقهم على أن المضمون الإخباري دائماً ما يعتنق وجهة النظر الأمريكية ويتبناها في المرتبة الثانية بنسبة ٦٤% ، ٦٠% ، ٥٢% ، ٧٢% على التوالي . وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "حسين أمين"<sup>(٦٧)</sup> و"أحمد أبو صالح"<sup>(٦٨)</sup> . كذلك يرى الإعلاميون أن المضمون الإخباري لقناة الحرة يعتمد دائماً تزييف الحقائق وتقديم أدلة خاطئة وغير حقيقية . وتتفق هذه النتيجة مع ما تتبناه بعض النظريات الحديثة للاتصال ، والتي ترى أن وسائل الإعلام (قناة الحرة) في كثير من الأحيان غالباً ما تقدم بيانات زائفة في عقول الجماهير Pseudo-Environment<sup>(٦٩)</sup>.

(٥) هل يعتبر الإعلاميون المضمون الإخباري للحرة أحد المصادر الرئيسية التي يثقون بها ؟ وهل يتسم المضمون الإخباري بالمصداقية ؟

تشير بيانات الجدول (١١) والخاص بمدى اعتماد الإعلاميين على المضمون الإخباري لقناة الحرة كأحد المصادر الرئيسية لهم إلى أن نسبة ٧٦% منهم لا يعتمدون على هذا المضمون الإخباري بصورة دائمة ، ولا يثقون به مقابل ٢٢% فقط هي التي ترى أن المضمون الإخباري يعتبر مصدراً رئيسياً لمعلوماتهم ومصدراً لثقتهم بصورة دائمة.

وحول آراء الفئات الأربع للإعلاميين فإنه يوجد إجماع تام بينهم على أن المضمون الإخباري لا يعتبر مصدراً رئيسياً لمعلوماتهم ، ولا يستطيعون الثقة فيه بصورة دائمة بنسبة ٨٠% ، ٧٦% ، ٨٠% ، ٦٨% على التوالي لكل من الإعلاميين . وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "مكي الحديدي" من أن الحرة لا تعتبر مصدراً مهماً لمعلوماتها<sup>(٧٠)</sup> . ولم يذكر أي من الإعلاميين الصحفيين والعاملين بالإذاعة والتلفزيون أن الحرة مصدر دائماً لمعلوماتهم ، بينما ذكرت نسبة ٨% فقط من الإعلاميين الأكاديميين أن المضمون الإخباري للحرة يمكن أن يعتمدوا عليه بصورة دائمة ويصبح مصدر ثقتهم .

وفسيما يتعلق بمدى التزام المضمون الإخباري للحرّة بالمصداقية من وجهة نظر الإعلاميين ، تشير بيانات الجدول (١٢) إلى أن نسبة ٦٤% من الإعلاميين يرون أن المضمون الإخباري للحرّة لا يتسم بالمصداقية، مقابل نسبة ٢٢% ترى أن المضمون الإخباري لها يلتزم بالمصداقية إلى حد كبير.

وفيما يتعلق بأراء الفئات الأربع للإعلاميين ، تشير بيانات الجدول نفسه إلى أنه يوجد إجماع تام بينهم على أن المضمون الإخباري للحرّة يفتقد للمصداقية ولا يراعها بنسبة ٦٠%، ٦٨%، ٦٠%، ٦٠%، ٨٦% على التوالي لكل فئة من الإعلاميين. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه كل من "ابراهيم الصياد"<sup>(٥١)</sup> "وعبد المنعم سعيد"<sup>(٥٢)</sup> من أن قناة الحرّة تفتقد للمصداقية بدرجة كبيرة. كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه كل من "رائتا" و"يو واي" في دراستهما التي تشير إلى أنه حينما ينظر الأفراد إلى وسائل الإعلام باعتبارها ذات مصداقية عالية ، يزيد اعتمادهم عليها وثقتهم فيها ومصداقيتهم لها، وحينما تقل مصداقيتهم للوسائل يقل معها اعتمادهم عليها<sup>(٥٣)</sup>.

(٦) ما تأثير قناة الحرّة على الهوية العربية من وجهة نظر الإعلاميين ؟ ومن جمهورها المستهدف ؟ وكيف تقدم صورة العرب ؟

تشير بيانات الجدول (١٣) والخاص بمدى تأثير قناة الحرّة على الهوية العربية من وجهة الإعلاميين إلى أن نسبة ٢٥% منهم يرون أن الحرّة تحاول تغيير الهوية العربية لتتفق مع الهوية الأمريكية، يليها محاولة قناة الحرّة تضليل الهوية العربية ومسحها بنسبة ٧٢% . وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "عدلى رضا" من أن الحرّة تعمل على إضعاف الهوية العربية ؛ لأنها تريد تسطيح العقل العربي وسلعه من قيمه وتاريخه وتراثه وعاداته وتقاليده<sup>(٥٤)</sup> . كما تتفق مع ما تراه "إتسام الهوارى" من أن الحرّة تسعى إلى مسح وتضليل هوية المنطقة العربية وانتماءاتها<sup>(٥٥)</sup>.

وفيما يتعلق بأراء الفئات الأربع من الإعلاميين ، فإنه يوجد إجماع تام بينهم على أن الحرّة تحاول تغيير الهوية العربية ؛ لكن تتفق مع الهوية الأمريكية بنسبة ٤٤%، ٥٦%، ٦٤%، ٤٤% على التوالي لكل فئة من الإعلاميين ، يليها أنها تحاول تضليل الهوية العربية ومسحها، ثم محاولتها القضاء على الهوية العربية نهائيا بنسبة ٢٨%، ١٦%، ١٨%، ٢٠% على التوالي . وعلى الجانب الآخر لم يذكر أحد من الأكاديميين أو الإعلاميين بالإذاعة أن قناة الحرّة يمكن أن تحافظ على الهوية العربية بأى شكل من الأشكال.

وتشير بيانات الجدول (١٤) والخاص بالجمهور المستهدف لقناة الحرّة من وجهة الإعلاميين إلى

## المبحث

أن ٥٠% منهم يرون أنها تستهدف الجمهور العام ، يليها نسبة ٣٧% ترى أنها تستهدف الشباب ، و٩% يرون أنها تستهدف المثقفين ، ولم يذكر أحد من الإعلاميين أن الحرية تستهدف الأطفال صغار السن .

وعلى مستوى الفئات الأربع يجمع الإعلاميون الأكاديميون والصحفيون والعاملون بالتليفزيون على أن الحرية تستهدف الجمهور العام في المقام الأول ، بنسبة ٥٢% ، ٥٢% ، ٧٢% على التوالي لكل فئة . في حين يرى الإعلاميون بالإذاعة أن قناة الحرية تستهدف قطاع الشباب في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠% ، وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "سامي الشريف" من أن قناة الحرية تستهدف الوصول إلى قطاع الشباب<sup>(٦٠)</sup> . كذلك تجمع الفئات الأربع من الإعلاميين على أن المثقفين يحتلون المرتبة الثالثة من حيث فئات الجمهور التي ترغب قناة الحرية في الوصول إليها ، وإن كان ذلك بنسب ضعيفة . وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "منى الحليدي" ؛ حيث ترى أن تأثير الحرية لن يكون قويا على المثقفين ؛ لأن المثقف عادة لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات<sup>(٦١)</sup> . وكذلك تتفق هذه النتيجة مع ما يراه "سيد محمود" من أن الحرية لا يمكن أن تحترق المثقف المصري ولا العربي ؛ لأنه بطبيعته فطن وكيس ، وله مصادر متعددة للمعلومات ينهل منها<sup>(٦٢)</sup> .

وأخيرا تشير بيانات الجدول (١٥) والخاص بالصورة التي يقدم بها العرب من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٩٠% منهم يرون أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالإرهابيين ، يليها ٤٣% يرون أنها تتسم بالضعف والجن ، ثم ٤٢% يرون أنهم متخلفون وفاشلون . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عديد من الدراسات الإعلامية السابقة مثل دراسة "نوال الصفي" <sup>(٦٣)</sup> ، ودراسة "سها فاضل" <sup>(٦٤)</sup> ودراسة ميرفت الطرايشي "و"مها الطرايشي" <sup>(٦٥)</sup> . وتؤكد جميع هذه الدراسات وصفت العرب دائما بالإرهابيين والمتخلفين والفاشلين ومغتصبى حقوق الآخرين سواء في الصحف أم المجلات الأمريكية .

أما بالنسبة لأراء الفئات الأربع للإعلاميين فقد اشترك كل من الإعلاميين الصحفيين والإعلاميين بالإذاعة على أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالإرهابيين في المقام الأول . في حين يرى الأكاديميون أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالضعف والجن في المرتبة الأولى ، أما بالنسبة للإعلاميين بالتليفزيون ، فإنهم يرون أن صورة العرب عادة ما تتسم بالتخلف والفاشل . ولم يذكر سوى إعلامي واحد فقط من الفئات الأربع أن صورة العرب عادة ما تصفهم بالديمقراطيين أو دعاة السلام أو المتقدمين والمبدعين .

ويتضح لنا من خلال مراجعة النتائج السابقة والخاصة بصورة العرب أنها غالبا ما تكون سلبية لدى وسائل الإعلام الأمريكية ، ويتضح ذلك من دراسات كل من "جورج المصري" <sup>(٦٦)</sup> ، و"شاهين

جاءك" (٦٣) "وعصام موسى" (٦٤) "وسبيون حمادة" (٦٥) والتي تشير جميعها إلى أن وسائل الإعلام الأمريكية غالباً ما تصور العرب بصورة سلبية، وتقدمهم في صورة الإرهابي، والحقان، ومقتصب حقوق الآخرين.

(٧) ما رأى الإعلاميين حول اتجاهات قناة الحرية؟ وهل ستصبح في إثارة اهتمامات المواطن العربي؟

تشير بيانات الجدول (١٦) والخاص بمدى توافق اتجاهات قناة الحرية مع قيم وتقاليد المجتمعات العربية من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٦٢% منهم ترى أن اتجاهات الحرية لا تتوافق مطلقاً مع قيم وعادات وتقاليد المجتمعات العربية، مقابل نسبة ٣٨% فقط هي التي ترى أن اتجاهات الحرية تتفق بشدة مع المجتمعات العربية.

وأما بالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربعة فإنه يوجد إجماع تام بين الفئات الأربع على أن اتجاهات قناة الحرية لا تتفق بأي شكل من الأشكال مع قيم وعادات وتقاليد المجتمعات العربية بنسبة ٥٢%، ٦٠%، ٦٧%، ٦٧% على التوالي لكل فئة من الإعلاميين. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "حسن عماد مكاي" من أن اتجاهات قناة الحرية تشكل عدوً واضحاً لكثير من القيم والتقاليد العربية السائدة (٦٦). ومن جانب آخر، لم يذكر أي من الإعلاميين في الإذاعة والتلفزيون أن اتجاهات قناة الحرية تتفق مع قيم وتقاليد المجتمعات العربية بأية صورة من الصور.

وتشير بيانات الجدول (١٧) والخاص بمدى نجاح قناة الحرية الأمريكية في إثارة اهتمامات المواطن العربي من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٥٦% منهم ترى أنها لم تنجح في جذب المواطن العربي وإثارة اهتمامه، مقابل نسبة ٤٤% فقط ترى أن الحرية ستصبح إلى حد كبير في جذب المشاهد العربي وإثارة اهتمامه.

وبالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربعة فيجمع الأكاديميون والصحفيون والإذاعيون على أن قناة الحرية لم تستطع جذب المشاهد العربي وإثارة اهتمامه بنسبة ٤٨%، ٦٨%، ٨٠% على التوالي لكل منهم، وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "نشوى الشلقاني" (٦٧) و"حسين أمين" (٦٨) و"سلامة أحمد سلامة" (٦٩) من أن قناة الحرية لم تستطع أن تأخذ المشاهد المصري أو العربي من قنواته الفضائية المتعددة المنفتحة على العالم، والتي تشبع كل متطلباته في كافة مجالات العمل الإعلامي. وبالتالي لن تكون مهمتها سهلة في كسب ثقته بأية حال من الأحوال. أما بالنسبة للإعلاميين بالتلفزيون، فنشير نسبة ٦٤% منهم إلى أن قناة الحرية ستصبح إلى حد ما في إثارة المشاهد العربي وجذب انتباهه.

(٨) هل يوافق الإعلاميون على العمل في قناة الحرة ؟ وم يصفون من يعملون بها ؟

تشير بيانات الجدول (١٨) والخاص بـ مدى موافقتهم على العمل في قناة الحرة الفضائية الأمريكية إلى أن نسبة ٨٨% منهم بصفة عامة يرفضون فكرة العمل في قناة الحرة، مقابل نسبة ١٢% فقط لمن يوافقون .

وعلى مستوى الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع تام بينهم على عدم الموافقة على العمل في قناة الحرة ورفض الفكرة مطلقاً، وكانت أعلى نسبة من الرفض للإعلاميين بالإذاعة بنسبة ٦٩%، بينما جاءت أعلى نسبة من الموافقة على العمل في قناة الحرة للإعلاميين الأكاديميين بنسبة ١٦%.

وتشير بيانات الجدول (١٩) والخاص بالصفات التي يملقها الإعلاميون على من يعملون في قناة الحرة إلى أن أولى هذه الصفات هي أنهم يبيعون أنفسهم من أجل المال، يليها أنهم يبحثون عن الشهرة وحسب الظهور، ثم أنهم لا يؤمنون بالقضايا العربية.

وعلى مستوى الفئات الإعلامية الأربع فقد اشترك الإعلاميون بالإذاعة والتلفزيون على أن من يعملون بالحرة هم أشخاص يبيعون أنفسهم من أجل المال، أما الأكاديميون فيرون أنهم يبحثون عن الشهرة وحسب الظهور، وأخيراً يرى الإعلاميون الصحفيون أن من يعمل بالحرة هم أشخاص لا يؤمنون بالقضايا العربية ولا يتفهموها.

(٩) ما الذي يجذب المشاهد العربي لقناة الحرة ؟ وما المستقبل الذي يتوقعه لها الإعلاميون ؟ وكيف يمكن للإعلام العربي التصدي للدعاية الأمريكية ؟

تشير بيانات الجدول (٢٠) والخاص بالأسباب التي تجذب المشاهد العربي لمشاهدة قناة الحرة من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن أول هذه الأسباب هو الفضول والرغبة في تعرف كل جديد، يليه كونها تتبع الولايات المتحدة الأمريكية، ثم للرغبة في المقارنة بينها وبين القنوات العربية.

وفيما يتعلق بأراء الفئات الإعلامية الأربع تشير بيانات الجدول نفسه إلى أنه يوجد إجماع بين الإعلاميين الأكاديميين، والصحفيين، والعاملين بالتلفزيون على أن أول وأهم هذه الأسباب هو الفضول وحسب متابعة كل جديد. وتتفق هذه النتيجة مع ما تراه "مئي الحديدي" من أن قناة الحرة تستثمر حب استطلاع المشاهد العربي لها<sup>(١٩)</sup>. أما بالنسبة للإعلاميين الإذاعيين فإنهم يرون أن أهم أسباب جذبها هو أنها قناة أمريكية في حد ذاتها. ومن خلال استعراض بيانات هذا الجدول يتضح لنا أن الإعلاميين بصفة



## البحوث

عامة لم يشيروا إلا بنسب ضعيفة بشأن قوة المحتوى الذي تقدمه قناة الحرية، ولتقديمها كافة الموضوعات والقضايا بحرية كسببين من أسباب جذب المشاهد العربي لمتابعة الحرية من وجهة نظرهم.

وتشير بيانات الجدول (٢١) والخاص بالمستقبل المتوقع لقناة الحرية من وجهة نظر الإعلاميين إلى أن نسبة ٥٠% منهم يرون أن الجمهور سيكتشف عدم مصداقيتها وينصرف عنها، في حين يرى ٣٦% من الإعلاميين أن الحرية لن تستطيع الصمود في المنطقة العربية لفترة طويلة، ولم يذكر سوى ٦% فقط من الإعلاميين أن القناة ستصبح المصدر الرئيس للأخبار في المنطقة العربية. وتتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع ما تراه نظرية انتشار المستحدثات، والتي تؤكد أن الفرد خلال مراحلها المتعددة لابد وأن يحدد قراره إما بالتأييد والمتابعة، وإما بالانصراف التام عن هذا المستحدث (قناة الحرية).

وفيما يتعلق بآراء الفئات الإعلامية الأربع، فإنه يوجد إجماع بين الإعلاميين الأكاديميين والعاملين بالإذاعة والتلفزيون على أن الجمهور سيكتشف عدم مصداقية قناة الحرية وينصرف عنها، بنسبة ٦٠%، ٥٢%، ٥٦% على التوالي لكل فئة. أما الإعلاميون الصحفيون فأفهم يقدمون سبباً آخر، وهو أن القناة لن تستطيع الصمود طويلاً في المنطقة العربية بنسبة ٥٢%. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه كل من "جيهان رشي" (٧١)، و"حسن عماد مكاي" (٧٢)، و"سامي الشريف" (٧٣)، و"حسن علي" (٧٤)، و"نشوى الشلقامي" (٧٥) و"حسين عبد الغني" (٧٦) وجميعهم يرون أن المشاهد العربي سوف ينفر من القناة بسرعة، ولن تستطيع البقاء طويلاً في المنطقة العربية، حتى وإن بقيت بعض الوقت سيكون مصيرها الفشل. في حين يرى "عاطف العبد" أن الاستعفاف بأية وسيلة إعلامية أمر يمكن أن يؤدي إلى نتائج عكسية؛ خاصة إذا كانت هذه الوسيلة تخطط لها ودرس جمهورها المستهدف (٧٧).

وأخيراً، فيما يتعلق بكيفية تصدى الإعلام العربي للدعاية الأمريكية من وجهة نظر الإعلاميين تشير بيانات الجدول (٢٢) إلى أن أول الطرق أو الوسائل التي يراها الإعلاميون ملائمة لذلك هو بث قنوات عربية بلغات أجنبية موجهة للخارج، يليها تنشيط النور الذي يمكن أن تقوم به جماعات الضغط العربية بالخارج من خلال العرب المقيمين في الولايات المتحدة والدول الأوربية، ثم ضرورة التخلص من التشريعات والقوانين المقيدة للحرية. وتتفق هذه النتيجة الأخيرة مع ما يراه "صفوت العالم" من ضرورة إتاحة مساحة حرية أكبر، وإعادة هيكلة القطاعات الإنتاجية داخل المؤسسات الإعلامية (٨٧).

وفيما يتعلق بآراء الفئات الإعلامية الأربع، فإنه يوجد إجماع تام بين الصحفيين والعاملين بالإذاعة والتلفزيون على أن أهم هذه الوسائل هو بث قنوات فضائية عربية موجهة بعدة لغات أجنبية

## البحرث

لمواجهة الدعاية الأمريكية، أما الإعلاميون الأكاديميون فلم يرون أن أفضل الطرق والوسائل للتصدي للدعاية الأمريكية هي تنشيط الدور ، الذى يمكن أن تقوم به جماعات الضغط العربية في الخارج. (١٠) ما الاستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرية من وجهة نظر الإعلاميين ؟

تشير بيانات الجدول (٢٣) إلى أن أولى هذه الإستراتيجيات يتمثل في إثارة شعوب المنطقة العربية ضد الأنظمة العربية، يليها إبراز دور الولايات المتحدة في دعم عملية السلام في المنطقة العربية، ثم محاولتها إحداث التغيير الشامل والكامل في المنطقة العربية بأثرها.

وأما بالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع بين الإعلاميين بالإذاعة والتلفزيون على أن الإستراتيجية التى تسعى الولايات المتحدة إلى تحقيقها من خلال قناة الحرية هي إثارة الشعوب ضد الأنظمة العربية. أما بالنسبة للأكاديميين فيرون أن أهم إستراتيجية هي إحداث التغيير الشامل في المنطقة العربية. وتتفق هذه النتيجة مع ما يراه "سلامة أحمد سلامة" من أن قناة الحرية تأخذ على عاتقها منذ اليوم الأول لها مهمة تغيير الأوضاع في العالم العربي<sup>(٧٩)</sup>. وأخيراً ، يرى الصحفيون أن أهم إستراتيجية تسعى إليها الولايات المتحدة من خلال الحرية هي إبراز الدور الأمريكى في دعم عملية السلام في الشرق الأوسط ، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "نافلة عمارة"<sup>(٨٠)</sup>. (١١) ما رأى الإعلاميين في الولايات المتحدة الأمريكية بصفة عامة ؟

تشير بيانات الجدول (٢٤) إلى أن الغالبية العظمى من الإعلاميين ينظرون إلى الولايات المتحدة باعتبارها المويذ الأكبر والأول للكيان الصهيوني، يليها أما قوة سياسية غاشمة، ثم إلها نموذج واضح للاستعمار في شكل جديد ، وإلها أيضاً القطب الأورث الذى يقود العالم . وتتفق هذه النتيجة مع ما ذهب إليه صحيفة "تشرين" السورية من أن المخطط الجديدة (الحرية) ما هي إلا جزء من مشروع أمريكى لإعادة احتلال المنطقة العربية ، تريد واشنطن تنفيذها بسياسة الجزرة والعصا على حد تعبير الصحيفة<sup>(٨١)</sup>.

وأما بالنسبة لآراء الفئات الإعلامية الأربع ، فإنه يوجد إجماع بين الإعلاميين الصحفيين والعاملين بالإذاعة والتلفزيون على أن الولايات المتحدة بالنسبة لهم هي المويذ الأول والأكبر للكيان الصهيوني . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراستا "وسام عبد الحميد"<sup>(٨٢)</sup> ، و"عزة الكحكي"<sup>(٨٣)</sup> ، من أن الولايات المتحدة دائماً ما تتبن وجهة نظر الحكومة الإسرائيلية وتعتنقها وتزويدها. كما تتفق هذه

## البحوث

النتيجة مع ما يراه "حسن عماد مكاوي"<sup>(٨١)</sup> من أن الولايات المتحدة غالباً ما تتخذ موقف التأيد السافر لإسرائيل في جميع قضاياها . وأما بالنسبة للإعلاميين الأكاديميين فإنهم يرون أن الولايات المتحدة بالنسبة لهم هي القطب الأوحـد الذي يقود العالم . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "حماد إبراهيم"<sup>(٨٢)</sup> ، والتي صورت الولايات المتحدة باعتبارها قطباً أعلى يقود العالم، ولها تملك ٩٩% من مفاتيح اللعبة السياسية بالمنطقة العربية.

وعلى الجانب الآخر ، يرفض الإعلاميون بتفاعلم الأربع ويجمع فكرة أن تكون الولايات المتحدة الأمريكية هي مركز الحرية والديمقراطية في العالم الحر، أو أن تكون نموذجاً للرعاية والوفرة في العالم الذي نعيشه الآن.

### ثانياً : التحليل الكيفي لمستوى قناة العرة:

قامت الباحثة بإجراء تحليل كيفي لختى قناة الحرة لتعرف الإطار العام لهذه القناة والبرامج التي تقدمها .

وقد أسفر هذا التحليل عن تحديد البرامج التالية التي تبثها الحرة:

- العالم الآن The World Now: موجز لآخر الأخبار العالمية مدته ١٠ دقائق ، ويقدم كل ساعة ، ثم مرتين خلال الساعة.
- العالم اليوم The World Today: ومدته ٥٠ دقيقة ويقدم باللغة العربية.
- العالمية The Global وهو عبارة عن ساعة كاملة من الأخبار تقدم يوميا يتخللها بعض الاتصالات بعدد من المسؤولين في الدول العربية ، وأيضاً مجموعة من مراسلي الحرة في جميع أنحاء العالم ويقدم باللغة العربية.
- ساعة حرة Free Hour-Talk show: مدته ساعة وهو برنامج حوارى سياسى ، يقدم يومياً من الأحد إلى الخميس، ويتناول قضايا عربية متعددة، ويستعين بعدد من الضيوف العرب من جميع البلاد العربية ويقدم باللغة العربية.
- برنامج : الجهات الأربع : ومدته ساعة ويقدم كل يوم جمعة ، وهو برنامج حوارى سياسى مع ضيف أو أكثر، ويدور حول القضايا العربية الحالية والمستقبلية. ويختلف الاتجاه العام للبرنامج باختلاف الضيوف وليس باختلاف القضايا، ويقدم باللغة العربية.

## البحوث

- برنامج : جلد حر : ومدته ساعة وهو برنامج حوارى سياسى يأخذ شكل الندوة المصورة داخل الاستوديو مع مجموعة من الضيوف العرب ، يتم استضافتهم لمناقشة قضية أو أكثر في الحلقة الواحدة، ويقدم باللغة العربية.
- برنامج : ساعة وثائقية : ومدته ساعة وهو برنامج يومية يتناول كل يوم موضوعاً مختلفاً : تاريخ - علوم - نجوم - فنون - قضايا - طبيعة - حول العالم. ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : المجلة Magazine : ومدته ٥٠ دقيقة ويقدم معلومات متفرقة ومتنوعة رياضية وثقافية وعروض أزياء ومعلومات طبية وسباق سيارات وغذاء و فقرات ترفيهية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة. عدا الفقرات الختامية العربية.
- برنامج : أزرار : ومدته ٣٠ دقيقة وهو موجه للمرأة حيث يقدم عروض أزياء لمختلف بيوت الأزياء في جميع أنحاء العالم والدول العربية، ويتخلله لقاءات مع مصممي الأزياء، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : كبار الطهاة Great Chefs : ومدته ٥٠ دقيقة ويقوم بتقديم وشرح مجموعة كبيرة من الأكلات وطريقة إعدادها من جميع دول العالم، ويقوم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : تيك لايف Tech - live : ومدته ٣٠ دقيقة وهو برنامج ثقافى تعليمى عن أحدث استحداثات الكمبيوتر والإنترنت في حياتنا اليومية، كما يتناول موضوعات عن عالم الكواكب والفضاء ووكالة ناسا الأمريكية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : I-tech : ومدته ١٠ دقائق وهو عبارة عن نشرة أسبوعية خاصة بالأخبار التكنولوجية، وأحدث المواقع على شبكة الإنترنت ، ويقدم باللغة العربية .
- برنامج : خلف الأبواب المغلقة Behind closed doors : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج أسبوعى من الملفات الخاصة لمكتب التحقيقات الفيدرالية لبعض الخارجين على القانون ، ويتناول موضوعات أمنية بحثة مثل : كيفية نقل المتهمين في قضايا مختلفة عبر الطائرات لحضور محاكماتهم، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
- برنامج : عشرون عاماً مع الدلافين Twenty years with the dolphins ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج وثائقي ذو طابع اجتماعي يتناول حياة الدلافين في المناطق المختلفة من العالم ، ورحلات الصيد والفنوس معهم، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .

- برنامج : صناع المسرح والسينما: ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج فنون حيث يتناول حياة أحد الفنانين في الغناء أو التمثيل أو غيرها منذ طفولته وحتى نجوحيته، ويتم من خلال حوار مع الفنان ، تتخلله أسئلة من الجمهور وبعض القطعات والمشاهد من أعماله ، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .
  - برنامج : Bravo Profiles : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج فنون يتناول حياة أحد الفنانين من خلال مجموعة من الصور الشخصية له منذ طفولته، بالإضافة إلى مشاهد من أفلامه أو أعماله الغنائية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .
  - برنامج : داخل أستوديو الفنانين Inside the actors studio : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج فنون يستعرض أحدث الأعمال الدرامية التي يتم تصويرها في الوقت الحالي، ويتخلله حوار مع الأبطال للشاركون في هذه الأعمال. ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
  - برنامج : مع الكرة On the Ball : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج رياضي يتناول النوري الأوربي في جميع الدول الأوروبية، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .
  - برنامج : القيادة Drive : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج اجتماعي تعليمي عن قيادة السيارات وأنواعها ، وكيفية مواجهة الأعطال البسيطة، وقوانين المرور، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة .
  - برنامج : Zip File : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج موجه للأطفال في شكل فيلم كارتون ، ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
  - برنامج : Gadgets & Gizmos : ومدته ٥٢ دقيقة وهو برنامج علمي يتناول أحدث التطورات العلمية في كافة المجالات. ويقدم باللغة الإنجليزية مصحوباً بترجمة عربية مكتوبة.
  - برنامج : حوار مع فنان عربي : ومدته ٥٠ دقيقة وهو برنامج أدبي يتناول حياة أحد العرب من الشعراء أو كتاب القصة، ويقدم باللغة العربية.
  - في كثير من الأحيان تقدم مجموعة من البرامج الثقافية وبرامج العلوم والبرامج العلمية دون عناوين ثابتة، ومدّة الحلقة الواحدة ٥٠ دقيقة ، وتقدم دائماً باللغة الإنجليزية مصحوبة بترجمة عربية مكتوبة وتلور حول استحداثات للسكيات (الإسبرين) مثلاً ، أنواع الأسماك ، أماكن التجمعات الطبيعية في العالم . وغيرها من الموضوعات المتعددة .
  - تقدم الحرة ثلاثة أنواع من الإعلانات :
- ( أ ) إعلانات عن قناة "سوا" الغنائية الأمريكية، بالإضافة إلى إعلانات عن برامج قناة الحرة المتعددة ومواقعها.

## البحرث

(ب) إعلانات في هيئة صورة ثابتة تحت عنوان "هل تعلم" ، وتتضمن معلومة بسيطة مثل : "أول رئيس للولايات المتحدة" وغالباً ما تحظى الولايات المتحدة بأكثر قدر من المعلومات.

(ج) إعلانات عن قناة الحرة نفسها ، وثاني في عدة أشكال : مجموعة من العيون تفتح على الحرية يصاحبها صوت يقول "من أجل أن ترى لأفق جديد" ، أو في هيئة جواد أبيض ينطلق بسرعة في وسط مجموعة من الجياد ولكنه مميز عنها في اللون والسرعة وهذا هو الحرة ، أو في هيئة مجموعة من الأبواب المغلقة التي تفتح على الحرية ، وعادة ما يصاحبها صوت يقول: أنت تفكر.. أنت تطمح.. أنت تختار.. أنت تعيش.. أنت حر.. الحرة كما أنت، وأخيراً تقدم الحرة إعلانات في شكل مجموعة من الشباب يظهر كل واحد منهم ليبن لنا سبب التحاقه للعمل بالحرة ، ويصاهاذا بتقديم كل ما في طاقته بحرة تامة ودون تحيز

### تعليق الباحثة على التحليل الكيفي لقناة الحرة

١- أخبار "النشرة الإخبارية" تكاد تكون هي الأخبار نفسها ، دون إضافة تذكر من نشرة إلى أخرى مما يفقدها الجاذبية والإثارة.

٢- نشرات الأخبار متواضعة للغاية ولا يوجد بها عناصر الإهمار ، التي كانت متوقعة من قناة تبثها الولايات المتحدة أكبر دولة في العالم، خاصة وأنها تتشدد دائماً بامتلاكها أفضل أساليب التكنولوجيا المتطورة ، فهي لا تزيد عن نشرة أية قناة محلية ، ولا تعتمد على عوامل الجذب والإهمار كما يزعم القائلون عليها.

٣- دائماً ما يتم تقديم مضمون الأخبار من وجهة نظر الولايات المتحدة ، حتى وإن عرضت أكثر من وجهة نظر ، فالتوجه الأمريكي يظل على المضمون الإخباري .

٤- دائماً ما يتم قطع جميع البرامج التي تقدمها الحرة باستثناء نشرات الأخبار لإذاعة الإعلانات عن قناة الحرة ، وبرامجها المتعددة وقناة "سوا" الثنائية مما يؤدي إلى تشتيت ذهن المشاهدين .

٥- المضمون العام للقناة يتم إعادته أكثر من مرة في اليوم الواحد، فقد ويصل عرض بعض البرامج مثل Magazine ، وكبار الطهارة ، وأزرار وغيرها ثلاث مرات في اليوم الواحد مما يدل على قلة المضمون للمتاح والمتوافر للقناة ، إضافة إلى عدم استعدادها الجيد والتخطيط السليم قبل البدء .

٦- معظم الضيوف الذين تستضيفهم قناة الحرة يتكلمون بوجهة نظر أمريكية ولكن من خلال لسان وشخصية عربية.. أي إن الأفكار والروح والعقل أمريكية والمتحدثون عرب.

## البحوث

٧- معظم برامج الحرية باستثناء نشرات الأخبار والبرامج السياسية تقدم باللغة الإنجليزية مصحوبة بترجمة عربية مكتوبة ؛ مما يعنى ألما معدة أساساً للمواطن الأمريكى ولوسائل الإعلام الأمريكية ، ولم يتم إعدادها للمواطن العربى ، وبالتالي فهى لا تتلاءم مع عاداته وقيمه وتقاليده ، وكان من المفترض على المسؤولين عن قناة الحرية مراعاة اللغة العربية إذا كانوا فعلاً يريدون الوصول للمواطن العربى والتأثير فيه.

٨- فى إحدى حلقات برنامج : "ساعة حرة" كان الضيف "د. سعد الدين ابراهيم" ، ودار الحوار حول عدة موضوعات أهمها مبادرة الشراكة الأمريكية - رداية أنظمة الحكم العربية - إغلاق باب الاجتهاد فى الدين وقصور العقل الإسلامى - عدم وجود رئيس جامعة مصرية مسيحي الديانة - عدم تطوير الكتابس بمصر منذ أكثر من ألف عام... وتتضح لنا من خلال اختيار نقاط مضمون الحلقة والردود الخاصة بها ما تنطوى عليه من دعوة غير مباشرة لإحداث نوع من الفتنة الطائفية بمصر، إضافة إلى ما تنطوى عليه من دعوة غير مباشرة أيضا لضرورة التدخّل الأجنبى فى المنطقة لحماية مصالح الأقليات ، خاصة بعد ما رددته الضيف من أنه لا يريد العودة إلى السجون مرة أخرى .

٩- فى إحدى حلقات برنامج "العالمية" تم الاتصال بأحد المتحدثين باسم شارون "رجل السلام" كما وصفه مقدم البرنامج لشرح وجهة نظر إسرائيل فى إقامة الجدار الوقائي، ولم يهتم مقدم البرنامج بإجراء اتصال مماثل مع أى من المسؤولين الفلسطينيين لتوضيح وجهة نظرهم تجاه هذا الجدار. فآين الحرية التى يتحدثون عنها؟ وآين تكافؤ الفرص؟ وللصلافية وعدم التحيز ؟

١٠- فى إحدى حلقات برنامج : Magazine تم استضافة بعض العرب من جنسيات متعددة يتحدثون بالإنجليزية وإن كانت أصواتهم عربية ويعلمون عدم اقتناعهم بالسياسة الخارجية الأمريكية، ويصفون الولايات المتحدة بألما دولة من ورق على حد تصبيرهم ، ومع ذلك فلهم مطلق الحرية فى التعبير عن رأيهم بصراحة ، ودون خوف على الرغم من أنهم يعيشون داخل الولايات المتحدة. هكذا تعطى الحرية درساً فى الحرية.. ولكن على الطريقة الأمريكية .

١١- فى إحدى حلقات برنامج : "خلف الأبواب المغلقة" أعلن أحد المسؤولين بمركز FBI الأمريكى التابع لمكتب التحقيقات الفيدرالية أن المركز يتفق حوالاً ٣٠ ألف دولار سنوياً على كل متدرب بالمركز من أجل مقاومة الإرهاب والمخدرات والتجسس . وهذا يعنى أن الإرهاب والمخدرات والتجسس موجودون داخل الولايات المتحدة نفسها ، وإلا لما أنفقت هذا المبلغ

المائل والضخم على المتدربين .. لأنه من غير المنطقي أن تنفق الولايات المتحدة هذا المبلغ على تدريبهم لإرسالهم للمنطقة العربية للقضاء على الإرهاب والمخدرات. ومع ذلك فالولايات المتحدة دائما ما تتهم شعوب المنطقة العربية والإسلامية بالإرهاب.

١٢- في إحدى حلقات برنامج : "الجهات الأربع" دار الحوار حول الجامعة العربية ووصفها أحد الضيوف العرب (كوبيق الجنسية) بأن قرارها مجرد حجر على ورق ، وأنها في عداد الأموات ، واستشهد بأن رئيس الجامعة لم يتقاض راتبه منذ أكثر من ثلاثة أشهر .. ولم يحاول مقدم البرنامج إجراء اتصال تليفوني مع السيد "عمرو موسى" رئيس الجامعة العربية للتحقق من مدى صحة ما قاله الضيف العربي .. هل هذه هي الحرية والمصادقية التي نتحدث عنها قناة الحرة ، والتي يمتلك أفضل وسائل التكنولوجيا كما جاء على لسان المسؤولين عنها ، فلم تحاول استخدام هذه التكنولوجيا في الوصول إلى رئيس الجامعة ومعرفة الحقيقة منه .. أم أنها تريد إقناعنا بما تقوله هي فقط .

١٣- في إحدى حلقات برنامج : Zip file وللوجه أساساً للأطفال كانت فكرة البرنامج تدور حول أهمية أن يمتلك كل فرد قبلة يستخدمها ضد أعدائه فقط.. ولم يبين البرنامج من هم أعداؤه ؟ ومن هنا تساعد هذه البرامج التي تقدمها الحرة على عدم تفسير المفاهيم لدى الطفل ، كما تساعد على نشر العنف بين الأطفال في الوقت الذي تصف فيه الحرة الأطفال الفلسطينيين الذين يحملون الحجارة في أيديهم ليدافعوا بما عن أنفسهم بأنهم إرهابيون والعنف يجري في دمائهم .

١٤- في إحدى حلقات البرامج الثقافية والاجتماعية ، والتي تقدم دون عنوان ثابت عرضت إحدى الحلقات فيلماً عن حياة ثلاثة قروء صغرة يتيمة انضموا للمعيشة مع أسرة أمريكية في حديقة منزلهم ، ويتحدث الفيلم عن مأساة هذه القروء اليتيمة ويدعو للرفق بها وتقديم المعونة لها . وينسى مقدمو هذه الحلقة مأساة آلاف بل ملايين الأطفال الأيتام في فلسطين والعراق وهم الأحرى بالرأفة والمعونة من جانب المجتمع الأمريكي باعتبارهم آدميين وليسوا حيوانات .

١٥- في إحدى فقرات برنامج : Magazine قدمت المذيعة خمسة فتيان وفتيات ، المفروض أنهم فلسطينيون يرتدون ملابس التزلج على الجليد وكانوا يلعبون ويتقاذفون كرات الثلج ثم اقتربت المذيعة منهم وسألتهم عن مشاعرهم ؟ فردوا أنهم سعداء وفرحون باللعب والتزلج .. هذه هي الصورة التي تقدمها الحرة لنا عن معاناة أطفال الشعب الفلسطيني .



١٦- هناك عديد من الملاحظات حول ما يرد في نشرات أعبار الحرة :

- إطلاق مسمى العمليات الانتحارية على شهداء العالم العربي من الفلسطينيين .
- كثيراً ما يتم تصوير عمليات المقاومة الفلسطينية للاحتلال الاسرائيلي على أنها إرهاب، والمقاومة العراقية للاحتلال الأمريكي بأنها عنف مدسوس من بقايا النظام العراقي ملعومة بعناصر من تنظيم القاعدة .
- تحاول نشرات الأخبار بالخررة إحداث عديد من التغييرات ، حتى وإن كانت محدودة على المفاهيم الخاصة بالعرب وبشكل تدريجي .. فالعمليات الفدائية إما إرهاب أو أعمال عنف ، وفلسطين أراضي السلطة الفلسطينية، والشهيد قتيل، وجيش الاحتلال الاسرائيلي ، هو جيش الدفاع الاسرائيلي، وبدلاً من الحديث عن احتلال القوات الأمريكية للعراق وضرورة انسحابها يدور الحديث عن حالة الانفلات الأمني بالعراق ، وضرورة إعادة الأمن وإعادة الإعمار والمشاكل المزمدة بين السنة والشيعة.
- في إحدى نشرات الأخبار ، بدأ الخبر بمقتل ثلاثة جنود أمريكيين في الفلوجة بالعراق ، ثم في نهاية الخبر يذكر قارئ الخبر أن عدد القتلى من العراقيين يفوق الثلاثين شخصاً ، أين الموضوعية وعدم التحيز في تقديم الخبر؟ أليس ذلك يعكس التحيز الأمريكي في صياغة الخبر ، وكان مقتل ثلاثين عراقياً لا يساوي في الأهمية مقتل ثلاثة أمريكيين .
- بدأت نشرة الأخبار الصباحية في أحد أيام التحليل الكيفي بخبر عن أول حادثة اغتصاب لفتاة في قطاع غزة ، ولم يذكر الخبر من هم المحتلون .. فلسطينيون أم يهود؟ هل هذا الخبر يعتبر من الأهمية القصوى حتى تبدأ به النشرة افتتاحيتها؟ وأين أعبار الجازر اليهودية للفلسطينيين .. إن ذكرت فإنها غالباً ما تأتي في نهاية النشرة .
- في إحدى نشرات الأخبار.. غير يقول : العراقيون في كركوك يهتفون لبقاء الأمريكان في العراق.. من أين أتت الحرة هؤلاء العراقيين.. ومن يصدق ذلك؟
- للتعبير عن احتفال الأفغان بالذكرى عاشقواء قامت الحرة ببث فيلم يصور الشباب في أفغانستان ، وهم يضربون بعضهم البعض بالبنائير حتى إراقة الدماء .. أليس هذا تحيزاً في نقل وتصوير الخبر بهذه الصورة حتى وإن كان فيه شيء من الحقيقة. ولماذا لا تقدم الحرة أفلاماً عن الجازر التي يرتكبها اليهود تجاه الأطفال والشباب الفلسطينيين . إن تقدمت الخبر بهذه الصورة يعنى الصورة السلبية للإسلام والمسلمين لدى الغرب ، وهذا ما تريده الحرة .

## البحوث

- في إحدى النشرات جاء خبر عن اجتياح القوات الإسرائيلية لمزرعة زيتون يمتلكها أحد الفلسطينيين لتدميرها وإقامة مستوطنات لليهود مكانها، وظهر فيلم يصور صاحب المزرعة وهو رجل كبير السن يصرخ هو وابنه الشاب في وجه القوات الإسرائيلية، فتقوم قوات الاحتلال بدفع الرجل المسن لیسقط على الأرض وحينما يحاول ابنه الشاب إيقاف الكاسحات الإسرائيلية عن خلع أشجار الزيتون يقوم الجنود بدفعه على الأرض وضربه بأرجلهم. هكذا ظهر الخبر في أول نشرة، ثم بعد ساعة وفي النشرة التالية تم حذف صورة الأب وهم يدفعونه على الأرض، وفي نشرة لاحقة تم أيضا حذف صورة الابن وهم يضربونه.. كل ذلك من أجل إرضاء الحكومة الإسرائيلية ومويديها.. ولتضرب الحرة عرض الحائط بكل قيم ومبادئ العمل الإعلامي من مصداقية وموضوعية وعدم تحيز.
- عندما اندلعت المظاهرات في كل أرجاء فلسطين بمناسبة نظر قضية الجدار العازل أمام محكمة العدل الدولية في لاهاي، لم تهتم قناة الحرة بذلك ولم تُعبره أى اهتمام، وإنما خصصت في المساء برنامجاً سياسياً لمناقشة الفساد داخل السلطة الفلسطينية .
- حين اغتالت القوات الإسرائيلية الشيخ "أحمد ياسين" لم تقطع الحرة إرسالها لتذيع الخبر ، وإنما أذاعته كأي خبر داخل النشرة المعتادة ولم تعطه القدر الكافي من الأهمية والمناقشة ، وجاءت التغطية سطحية للغاية.. واكتفت الحرة بإذاعة برنامج عنه يحمل في ثناياه أنه أحد الإرهابيين القدامى .

## مصادر الدراسة :

- (١) سعيد محمد النجار (١٩٩٨) "أثر التكنولوجيا في تطوير فن الصورة الصحفية". رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة. ص ٣٥.
- (2) Riffinand, Mischel. (1995) "Picturing the Gulf War constructing an image of War in time & Newsweek". *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 72, No. 4, pp. 813.
- (٣) سليمان صالح (٢٠٠٢): أخلاقيات الإعلام (الكويت: مكتبة الفلاح) ص ١٩-٤١.
- (٤) محمود علم الدين (١٩٨٩): مصاديق الاتصال (القاهرة: دار الرزان للنشر) ص ٣٨.
- (٥) إيمان نعمان جمعة (٢٠٠٣): "معالجة قناة الجزيرة لقضية ترع أسلحة الدمار الشامل العراقية (مرحلة ما قبل الحرب) دراسة تحليلية لأخلاقيات الممارسة الإعلامية" المؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ص ١٩١-١٩٢.
- (٦) إيمان نعمان جمعة (٢٠٠٣)، مرجع سابق، ص ١٩٣-١٩٤.
- (7) Warriss, R. J. (1989): *A Cognitive Psychology of Mass Communication* N. J.: Lawrence Erlbaum Association, Inc, p. 5.
- (٨) حسنين عماد مكاوي وليلى حسين السيد (٢٠٠٢): الاتصال وفنانياته المعاصرة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ط٢) ص ص ١٦٥-١٧٢.
- (9) Atkin, C. (1983): "Effects of Realistic Tv Violence vs. Functional Violence on aggression" *Journalism Quarterly*, pp. 615-621.
- (10) Noble, G. (1983): *Children in the Front of the Small Screen*. Beverly - Hills, SAGE.
- (١١) لىلى حسين السيد (١٩٩٦): إنزاع الأطفال لواقع التلفزيون... صور ذهنية أم أحياء حقيقية". مؤتمر جامعة عين شمس. آثار جريدة لطفولة سعيدة (رسم طب الأطفال ومركز دراسات الطفولة) ص ص ٤-٦.
- (١٢) حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد (٢٠٠٢)، مرجع سابق، ص ص ٢٥٨-٢٥٩.
- (13) Jeffers, W. D. & Marks, J. A. (1980): "Perceptions of Media Performance in reporting the current conflict in Michigan over Indian Fishing rights on the great lakes". (online) available: [www.fishingrights/treat/meeting/papers/LLP/htm](http://www.fishingrights/treat/meeting/papers/LLP/htm), pp. 1-28.
- (14) Garrison, B. (1983): "Statthouse reporting of a Legislative session: Source Perceptions of News Media Performance" (Online), available [www.Legislativeaffairs/annualmeeting/DallasTX/mlp/htm](http://www.Legislativeaffairs/annualmeeting/DallasTX/mlp/htm), pp. 1-36.
- (١٥) حسنين أبو شنب (١٩٩٩): "استطلاع آراء النخبة الفلسطينية إزاء العملية وتحدياتها". مجلة البحوث والدراسات العربية (معهد البحوث والدراسات العربية) - المجلد ٣١-٣٢ يوليو/ ديسمبر.
- (١٦) عادل ضيف (٢٠٠٢): "رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج". المؤتمر العلمي الثاني لكلية الإعلام، الإعلام وصورة العرب والمسلمين. الجزء الأول، ص ص ٧٧-١٤٢.

## البحرث

- (١٧) أشرف جلال (٢٠٠٢): "تجاهات القائمين بالاتصال نحو خصخصة وسائل الإعلام في مصر: دراسة ميدانية مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية. بحث مقدم للؤمجر العلمي الرابع لمهند البحوث والدراسات العربية.
- (١٨) أحمد أحمد عثمان وسامى النصار (٢٠٠٢): "تجاهات الصلوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون العربية". للؤمجر العلمي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة. الإعلام وصورة العرب والسلمين. ص ٥٠٥-٥٠٧.
- (١٩) خالد صلاح الدين حسن (٢٠٠٣): "تجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر. للؤمجر العلمي التاسع لكلية الإعلام جامعة القاهرة. أعلاميات الإعلام بين النظرية والتطبيق. ص ٦٦٣-٧٤٥.
- (٢٠) ماجدة موري (٢٠٠٤): مقعد بين الشاشتين. جريدة الجمهورية (الخميس ١٩ فبراير) ص ٢٥.
- (21) <http://www.aljazeera.net/art-culture/2004/2/2>.
- (22) <http://www.alhurra.com/tuesday/top2.htm>.
- (23) <http://arab.cassanet.net.ma/includ ArNx/detail.asp?Imodule=TECHNOLOGIE&articl>.
- (24) <http://news.bbc.co.uk/1/hi/arabic/Middle-east-news/newsid.stm>.
- (25) <http://www.araby.net.com/Article.asp?did=FN>.
- (26) <http://elshoa.mastawy.com/htm>.
- (27) <http://news.bbc.co.uk/1/hi/arabic/middle-east-news/newsid.stm>.
- (28) <http://www.lahaonline.com/print.htm>.
- (29) <http://news.bbc.co.uk/1/hi/arabic/middle-east-news/newsid.stm>.
- (30) <http://www.alhurra.com/tuesday/top2.htm>.
- (31) <http://arab.cassanet.net.ma/includ ArNx/detail.asp?Imodule=TECHNOLOGIE&articl>.
- (٣٢) محمد عبد الحميد (١٩٩٢): بحوث الصحافة. (قاهرة - عالم الكتب - ط ١) ص ٩٣.
- (33) Wimmer, D.R., & Dominick, J.R. (2000): *Mass Media Research: An introduction*, (CA: Wadsworth Publishing Company) p.83.
- (٣٤) جهاد رشق (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتلفزيون. ٢٧ مارس ٢٠٠٤، العدد ٣٦٠٢، ص ٣٠.
- (٣٥) مامي الملوحي (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ أبريل ٢٠٠٤، ص ٩.
- (٣٦) سامى الشريف (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ أبريل ٢٠٠٤، ص ٩.
- (٣٧) حسين أمين (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ أبريل ٢٠٠٤، ص ٩.
- (٣٨) سلامة أحمد سلامة (٢٠٠٤): جريدة الأهرام (العدد ١٧٢٠ - ٢٣ فبراير ٢٠٠٤)، ص ١٠.
- (٣٩) محمد النعيطي (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتلفزيون (العدد ٣٥٩٩ - ٦ مارس ٢٠٠٤)، ص ٩٠.
- (٤٠) أنور عبد المصطفى (٢٠٠٤): جريدة الأهرام (العدد ٤٢٨٢١ - ٣ مارس ٢٠٠٤)، ص ١١.
- (41) <http://arabic-cnn-com/2004/entertainment/alhurra/>.
- (٤٢) أحمد الجبيني (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتلفزيون (العدد ٣٦٠٢)، ص ٣٠.
- (٤٣) هالة حشيش (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (العدد ٤٢٨٥٦)، ٧ أبريل ٢٠٠٤، ص ٩.

- (٤٤) ماجنة السبع (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (45) Belsey, A. (1998): *Journal of Ethics*, can they co-exist, in Kieran, M. *Media Ethics* (London - Routledge) pp. 1-13.
- (٤٦) أنور عبد الطلف (٢٠٠٤): جرنلة الأهرام (العدد ٤٢٨٢١ - ٣ مارس ٢٠٠٤) ص١١.
- (٤٧) حصئن آمون (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (48) <http://elsoha.masrawy.com/news.htm>.
- (٤٩) حصئن عماد مكزئ ولبلئ حصئن السبء (٢٠٠٢): مرجع سابق، ص٢٨٨.
- (٥٠) مئن المنبئئ (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٥١) إبرائعم الصبائ (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (52) <http://www.reuters.com/locales/news Article.jsp? type=entertainmentNews&locale>.
- (53) Wants, Wayne. and Yu-Wei Hu (1994): The effect of credibility Reliance and Exposure on media Agenda-setting: A Path analysis Model". *Journalism Quarterly*, Vol. 71/1, Spring - pp. 90-97.
- (٥٤) عدلل رضا (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٥٥) اجسام للوئزئ (٢٠٠٤): جرنلة الأخبار - ٥٢ فوبر ٢٠٠٤ - ص٢٠.
- (٥٦) ساسئ الشرفئ (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٥٧) مئن المنبئئ (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٥٨) سبء عمود (٢٠٠٤): الأهرام النولئ (العدد ٤٢٨٥٦) ٧ إبرئل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٥٩) نوال الصلفئ (٢٠٠٢): "صورة العرب فئ المجلات الأسبوعئة الأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر دراسة تحليلئة بلئئ النوزوك ولفئم" للؤمر العلمئ لفائن لكئة الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمئن. ص ص١٦٦-١٦٨.
- (٦٠) سبها فاضل (٢٠٠٢): "صورة النول العربئة فئ الصحف الؤمة للصربة والأمركئة بعد أحداث ١١ سبتمبر. دراسة تحليلئة مقارنة". للؤمر العلمئ لفائن لكئة الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمئن. ص ص٤٤٧-٤٤٨.
- (٦١) مرفست الطاربئئ ومها الطاربئئ (٢٠٠٢): صورة النول الإسلامئة فئ الصحف الؤمة الأمريكية قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر - دراسة تحليلئة مقارنة. للؤمر العلمئ لفائن لكئة الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمئن. ص ص٢٠٦-٢٠٨.
- (٦٢) جورج للصرب (١٩٩٦): للؤان العربئ فئ الصورة الإعلامئة الأمريكية". مجلة الفكر العربئ (العدد ٤٨) ص ص٢٨-٣٧.
- (63) Jack, G. Shaheen (1997): "Arab and Mouslim Sterotyping in American popular culture" Washington: George Town University Center of Mouslim Christian understanding. pp. 21-33.
- (64) Moussa, Essam. (2000): "Arab Islam Phobia: The making of the media in the west". In Leo A. Gher and Hussein Y. Amin" civic discourse and digital age communication in the middle East" (stamford: Ablex publishing company corporation) pp. 71-86.

(65) Hamada, Basyouni. (2000): Arab image in the minds of Western image-Makers. Egyptian Journal of Public Opinion Research (Vol. 1, No. 3, July - Sep.) pp. 1-154.

- (٦٦) حسن عماد مكاوي (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (المعد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٦٧) نشري الشقلمى (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (المعد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٦٨) حسين أمين (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.
- (٦٩) سلامة أحمد سلامة (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص١٠.
- (٧٠) منى الحفدي (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.
- (٧١) جيهان رشيق (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٠٢.
- (٧٢) حسن عماد مكاوي (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.
- (٧٣) ساسي الشريف (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.
- (٧٤) حسن على (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (المعد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٤، ص٩.
- (٧٥) نشري الشقلمى (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.
- (٧٦) حسين عبد النني (٢٠٠٤): الأهرام الدولي (المعد ٤٢٨٥٦)، ٧ إبريل ٢٠٠٢، ص٩.
- (٧٧) عاطف العبد (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتلفزيون (المعد ٣٦٠٢ - ٢٧ مارس) ص٣٠.
- (٧٨) صفوت العالم (٢٠٠٤): مجلة الإذاعة والتلفزيون (المعد ٣٦٠٢ - ٢٧ مارس) ص٣٠.
- (٧٩) سلامة أحمد سلامة (٢٠٠٤): مرجع سابق - ص١٠.
- (٨٠) نائلة إبراهيم عمارة (٢٠٠٠): "صورة الولايات المتحدة الأمريكية في التغيرات الإخبارية: التأثيرات والتأثيرات - دراسة حالة للمضمون وتقديم بالاتصال والجمهور في مصر". المؤتمر العلمي السادس لكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- (81) <http://new.bbc.co.uk/hi/arabic/middle-east/news/sid.stm>.
- (٨٢) ومسام فواد عبد الحميد (١٩٩٨): "صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الوعي الشعبي المصري". مجلة السياسة الدولية (المعد ١٣٤) ص١٥٩.
- (٨٣) عزة مصطفى الكسكي (٢٠٠٢): "بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر - دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب المصري". المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام. الإعلام وصورة العرب والمسلمين. ص٣٤٧-٣٤٩.
- (٨٤) حسن عماد مكاوي (٢٠٠٤): مرجع سابق، ص٩.
- (٨٥) حسام إبراهيم (١٩٨٦): "صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة المصرية اليومية - دراسة مقارنة بين حقبين الستينيات والسبعينيات. رسالة ماجستير في كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

## الممارسات الإعلامية لمراسلي وسائل الإعلام

### في فلسطين

### دراسة تطبيقية على المراسلين الفلسطينيين

د. حسين أبو شنب<sup>(١)</sup>

#### مقدمة :

**يمكن** أن نطلق على هذا العصر : عصر الهيمنة الأمريكية العالمية وعصر السيادة الإسرائيلية الإقليمية ، وكلتا الدولتين اهتمتا بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، فإذا كانت الولايات المتحدة الأمريكية قد عرجت من الحرب العالمية الثانية دون أضرار مادية ملحوظة ، جعلها تعمق الاهتمام بالاقتصاد والتكنولوجيا ، وتدفق المعلومات ، فإن الدولة الإسرائيلية المدعومة بالقوة الصهيونية وإمكاناتها السياسية والمالية قد فتحت المجال واسعا للتقدم التكنولوجي ، للخروج من القلعة المحاصرة إلى الدولة العالمية المعتمدة على التمويل الأجنبي وللمساعدات الخارجية . وقد غير نتنياهو رئيس الحكومة الإسرائيلية الأسبق عن ذلك ، وهو يتحدث عن عظمة وادى السيلكون الإسرائيلي الذي لا يفوقه على حد زعمه إلا وادى السيلكون الأمريكي<sup>(٢)</sup> ، وإذا كانت الولايات المتحدة تعمل على السيطرة على العالم اقتصادياً وتكنولوجياً وعسكرياً ، فإن الدولة الإسرائيلية تسعى للسيطرة الشرق أوسطية بالمعيار نفسه ، وهو ما جعل شمعون بيريز يقول عند توقيع اتفاقية القاهرة مع منظمة التحرير الفلسطينية: "المعلومات أقوى من المدافع" والذي قال أيضاً صراحة في أول مؤتمر للدول المانحة في المغرب في أكتوبر عام ١٩٩٣ : "أن الأوان لأن تتقدم الدولة الإسرائيلية لقيادة الشرق الأوسط بدلاً من مصر التي قادت المنطقة خمسين عاماً مضت"<sup>(٣)</sup> ، ويتلاحق ذلك مع ما قاله وزير الخارجية الأمريكية المشهور في الستينات "جون فوستر دالاس" : "لو منحت مجاًلاً واحداً من مجالات السياسة الخارجية دون غيره لخصصته لحرية تدفق المعلومات"<sup>(٤)</sup> ، وهو ما يتوافق تماماً مع الأفكار السائدة أواخر القرن العشرين الداعية إلى مفهوم حرية تدفق المعلومات واتساع نطاقه .

(١) أستاذ مشارك بجامعة الأقصى - فلسطين .

## البحوث

من الطبيعي في مثل هذه الحالة أن يكون السعي جاداً للسيطرة على وسائل الإعلام والاتصال في سياق السيطرة الاقتصادية والتجارية، باعتبار أن وسائل الإعلام والاتصال الطريق الأسرع والأوسع للمعلومات ، وقد أدركت الحركة الصهيونية منذ مؤتمرها الأول في "بال" بسويسرا عام ١٨٩٧ أهمية الإعلام فأنكبت على استغلاله والممنة عليه ، فشكلت الحركة الصهيونية ما يتعارف عليه " اللوبي الصهيوني بقواعده الثلاث : المال والإعلام والنفوذ " بغرض التأثير والسيطرة والامتداد والتوسع<sup>(١)</sup> ، ويستف مع هذا "جون نايت" J.Knight الذي يرى أنه لولا الإعلام ما استطاعت القوات الألمانية والإيطالية السيطرة على الأفكار السائدة آن ذاك ، وكان "نايت" مالكاً لمجموعة كبرى من الصحف في أمريكا ورئيساً للجمعية الأمريكية لحررى الصحف عام ١٩٤٦ ، ويؤكد ذلك "ليونارد ماركس Marks" وهو مدير سابق لوكالة المعلومات الأمريكية عام ١٩٧٤ بقوله في مؤتمر لوزارة الخارجية الأمريكية : "لا يمكن أن تنهض إستراتيجيتنا على نظام وسائل الاتصال الراهن ، دون شبكات إلكترونية عالمية يطرح وجودها ومشكلات واقعية بصدد تدفق المعلومات والتكامل الثقافي"<sup>(٢)</sup> .

تنبهت اليونسكو إلى أهمية تدفق المعلومات ، ودعت إلى المؤتمر العام أواخر عام ١٩٧٤ لمواجهة السياسات الدولية الجديدة ، ووافق المشاركون على وضع عطلة متوسطة الأجل للفترة من عام ١٩٧٧ - ١٩٨٢ يكون هدفها العمل على تدفق أكثر توازناً وموضوعية ، وبحق - مستقبلاً - مجتمع المعرفة والمعلومات<sup>(٣)</sup> ، وتواصل ذلك حتى انعقدت القمة العالمية لمجتمع المعلومات في جنيف من ( ١٠ - ١٢ / ديسمبر / ٢٠٠٣ ) وصدر عنها وثيقة إعلان المبادئ بحضور عدد كبير من قادة العالم وآلاف من الخبراء ، الذين أكدوا أهمية التكنولوجيا في تحقيق الأهداف العالمية من أجل التنمية للجميع ، في إطار ميثاق الأمم المتحدة والإعلان العالمي لحقوق الإنسان . وجاء في الوثيقة<sup>(٤)</sup> : " ينبغي أن يقوم مجتمع المعلومات على المبادئ الأخلاقية والقيم والمعنوية وحقوق الإنسان ، وأن يمثل بيئة تحظى فيها كرامة البشرية بالاحترام والرعاية ، بحيث يؤدي ذلك إلى قدر من الحماية والمساعدة للأسرة ، وبحق التكامل بين السيادة الوطنية والمصالح الدينية والثقافية والاجتماعية واللغوية " وهو ما تعرض له تقرير التنمية الإنسانية العربية عام ٢٠٠٣ بشأن إقامة مجتمع المعرفة في الوطن العربي في جميع المجالات الإنسانية التي تسود إلى التنمية الإنسانية وتطور البشرية ، لتحقيق الحرية والعدالة والكرامة الإنسانية والأخلاقية ، وتكون وسائل الاتصال من أهم آليات نشر المعرفة.<sup>(٥)</sup>

لقد شهد العالم المعاصر منذ تسعينيات القرن العشرين تحولات سريعة ومتلاحقة والمياريات إيديولوجية ، ولعل أبرز هذه الالميارات : الميار الاتحاد السوفييتي والمنظومة الشيوعية وبروز ظاهرة



العولمة والأفكار المستحدثة ، وتميزت هذه الفترة بثلاث ثورات متداخلة هي : ثورة المعلومات والتكنولوجيا والديمقراطية<sup>(١٦)</sup> ، والتي انعكست على الواقع السياسي والاقتصادي والإعلامي والتعددية السياسية والثقافية ، وشهدت وسائل الاتصال - خلال هذه الفترة - تطورات تقنية ومهنية متلاحقة ، أدت بشكل مباشر إلى إحداث عدة تغيرات مهمة في البيئة الاتصالية من حيث المفاهيم والممارسة الميدانية ، والعلاقة مع الجمهور والصناعات الإعلامية المتطورة<sup>(١٧)</sup> ، وهو ما يؤثر على أن تكنولوجيا الاتصال تواجه متغيرات عديدة على كافة المستويات المحلية والخارجية تسهم في التطور والنمو في ظل سياسات العولمة والتعددية السياسية والتكتلات الاقتصادية ، والقرية الكونية والذاتية الثقافية وثورة المعلومات ، وغاطبة جماهير أكثر تخصصاً وبمجاناً وظهور الفضائيات والحاجة إلى إعادة هيكلة وسائل الإعلام الوطنية وظهور أشكال مختلفة للشبكات والسلاسل مثل : الشركات العملاقة متعددة النشاط ، والشركات العملاقة ذات نشاط إعلامي متخصص ، والاندماج الواسع بين شركات HARD WARE , SOFT WARE وغير ذلك في سياق التخصصية والسوق الدولية الإعلامية والواقع الإعلامي في الوطن العربي من حيث الاعتماد على التكنولوجيا<sup>(١٨)</sup> .

و في هذا السياق ، فإن البيئة الاتصالية تؤثر على نظم الاتصال القومية والوطنية والمحلية وبخاصة في ظل سياسة العولمة الثقافية والإعلامية والتجارية المادفة إلى تعميق أيديولوجية السوق العالية الساعية إلى تحقيق عصبية وسائل الإعلام والتحرر الاقتصادي<sup>(١٩)</sup> ، كما أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديث لكثير من الوسائط تجاوز الحدود والمسافات وسهولة الحصول على المعلومات والعمل بجدية على إعادة هيكلة وسائل الإعلام التي كانت مملوكة في الغالب للدولة ، لتفتح المجال أمام المنافسة بين الاحتكارات والرأس ماليات المتعددة ، ونظراً لأن الأمم الفقيرة والصفوة لا تستطيع تحسين شبكات الاتصال دون المساعدات الأجنبية ، فقد أصبح الحل الأمثل هو الخصخصة PRIVATIZATION<sup>(٢٠)</sup> .

ولاشك في أن هذه المحاولات والتغيرات الثقافية والإعلامية في ظل تفوق تكنولوجيا مخرجي ، أسفر عن فقدان الإعلام العربي بعضاً من خصائصه ، وساعد على العمل بمبدأ التعددية الإعلامية بعيداً عن احتكارات الحكومات العربية لوسائل الإعلام : المسموعة والمرئية ، والسماح لقطاع الخاص لإنشاء وتشغيل شبكات وقنوات إذاعية وتلفزيونية في الكثير من البلاد العربية ومنها فلسطين ، ودون نظام أو قانون ينظم هذه المخططات والقنوات الخاصة على الأغلب .

بعد حرب الخليج الثانية في يناير عام ١٩٩١ ( العراق والكويت ) التي عرفت بالحرب التلفزيونية المباشرة ، أصبح العالم العربي أمام ظاهرة بالغة الدقة والتأثير ، وهي : البث التلفزيوني المباشر ، وأدى

## البحوث

لسك إلى تزايد القنوات الفضائية الخاصة والحكومية ، وقد قامت بعض الدول العربية كالبحرين استخدام القنوات الفضائية الأجنبية عبر التلفزيون الوطني عام ١٩٩١ التي استخدمت برامج تلفزيونات لخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية ، وكذلك برامج قناة CNN ، وأخذت بعض الحكومات العربية شراء قنوات فضائية عربية ، مصر في ديسمبر ١٩٩٠ ، وتلفزيون الشرق الأوسط في سبتمبر ١٩٩١ ، قناة دبي وقناة الكويت في أكتوبر عام ١٩٩٢ وغيرها<sup>(١٤)</sup> وهذا يتوافق تماماً مع التحديات التكنولوجية آفاق المستقبل التي فرضت نفسها على العالم كله ، ومن ذلك بالطبع المنطقة العربية .

وانعكس هذا التطور التقني على الممارسة الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامي ، في ضوء نظرية مسؤولية الاجتماعية المادفة إلى تحرير وسائل الإعلام من السيطرة الحكومية والاهتمام بخدمة الصالح عام، في إطار مستويات مهنية تقوم على الصدق والتوازن والدقة الموضوعية ، فكانت مجالس الإعلام بواشيق الشرف والاتحادات والنقابات المهنية التي تستهدف وضع ضوابط للعمل الإعلامي وحماية 'علاميين' ، وتوفير الحماية والمصادر الخاصة مقابل التزام الإعلاميين بالمسؤولية الإعلامية أمام المجتمع لإعلام الحر ، فالإعلام مسؤول يوازن بين الحرية والمسؤولية .

في الدول النامية يختلف دور الإعلاميين من مجتمع إلى آخر ، وفقاً للتقاليد ومستوى الحرية تعتبرهم رواداً ومروجين لفلسفة الدولة في إطار سياسة عامة يقوم عليها مختص بالمراقبة والمتابعة لتوجيه لخدمة قضايا المجتمع والارتقاء به في مجال التنمية، وفق إطار مهني على أساس الإرادة الوطنية ، في تمنح الإعلاميين مجالاً للاختيار والحرية في المعالجة وفق منظومة القيم والمبادئ المجتمعية المحكومة بصدق والدقة والموضوعية ، بغرض تكوين رأي عام موضوعي وفاعل يسهم في عملية التنمية ويقلل حجم الفجوة العرقية بين الدول النامية والدول المتقدمة<sup>(١٥)</sup> .

وفي فلسطين أتاححت الحالة الفلسطينية الجديدة بعد اتفاق أوسلو عام ١٩٩٣ الموقع بين الحكومةسرائيلية ومنظمة التحرير الفلسطينية ، فرصة للتدفق الإعلامي الدولي ، كما حدث مع لبنان في ساب حرب عام ١٩٨٢ ، وأدى ذلك إلى انتشار القنوات ومحطات الإذاعة والتلفزيون الخاصة : فلسطينية والعربية بأشكالها المختلفة الإخبارية والتنوع وقنوات الترفيه والموسيقى والأغاني المصورة ، لا أوجد سوقاً واسعة لأعداد من المراسلين المحليين وبخاصة بعد انفجار انتفاضة الأقصى في ٢٠٠٠/٩ على أثر زيارة شارون للمسجد الأقصى بحماية ما يزيد عن ثلاثة آلاف من القواتسرائيلية بأسلحتها المختلفة مما جعل الساحة الفلسطينية مركزاً للاستقطاب الإعلامي والتدفق لأمسى متعدد المصادر والسياسات والاهتمامات ، مما يستدعي التوقف والتأمل أمام هذه الظاهرة

## البحوث

وانمكاساتها على الإعلام الفلسطيني والمراسلين الفلسطينيين لهذه القنوات والوكالات والصحافة العربية والدولية وهو موضوع هذه الدراسة .

### موضوع الدراسة وأهميته .

تستمد هذه الدراسة مادتها من خلال فعاليات انتفاضة الأقصى الممتدة منذ ٢٨/٩/٢٠٠٠ حتى اليوم ، وهى التى دفعت جميع وسائل الإعلام العربية والدولية إلى التراجع والاهتمام بنقل هذه الفعاليات ، واستقطبت لذلك مراسلين ومتدربين من أهل فلسطين ، إضافة إلى المراسلين العرب والأجانب الذين لم ينقطعوا عن المعاشة الميدانية من حين لآخر ، وفق نوع الفعاليات وتداعياتها الوطنية والإقليمية والدولية إضافة إلى الإسرائيلية .

كان لاستمرار الانتفاضة وامتدادها وتطورها وتعدد أساليبها في المواجهة والتصدى والصمود والفعل الميداني واسع المساحة والتفورات السياسية العربية والدولية - تأثير كبير على طبيعة عمل وسائل الإعلام وغاياتها وسياساتها العامة ، فانعكس على حال المراسلين الفلسطينيين بين الانتماء الوطنى والانتماء الوطنى - مما يستدعى التوقف أمام هذه الحالة بفرض تعرف مدى الانتماء والانتماء في ضوء أخلاقيات المهنة والمسؤولية الأخلاقية للمراسلين ، نحو الوطن والأهل والمسؤولية المهنية والحق في التعبير والرأى ، والحق في الحصول على المعلومات من مصادرها دون النظر إلى الخصومة والتضاد للمواقف دون تأثير على الأمن القومى العام ، وبما يوافر الموضوعية والفورية في التغطية الإعلامية في ضوء المسؤولية الأخلاقية للمراسلين ، واستخدامهم وسائل عادلة في الحصول على المعلومات ، وعدم استخدام وسائل الخداع في الحصول على المعلومات ، في إطار منظومة المعايير الأخلاقية التى تشكل هذه المسؤولية الأخلاقية في الأدبيات والمواثيق الإعلامية .

والتابع لتطور تناول الإعلامى لوسائل الإعلام العربية والدولية ، سواء على مستوى التلفزيونات المحلية أم الفضائية أم وكالات الأنباء الدولية أم الصحف والمجلات والدوريات المختلفة ، نلاحظ خلال المتابعة ذبذبات صاعدة أحيانا وهابطة أحيانا أخرى ، تركت تساؤلات متعددة بين المتابعين بمسؤولياتهم المختلفة ؛ الأمر الذى يستدعى التوقف أمام هذه الحالة للكشف عن أسباب هذه الذبذبات ومصادرها ودور المراسلين في التناغم معها ومواجهتها ، والتغلب على صعوباتها وتحدياتها وبخاصة في ظل حالة الهيمنة الدولية والإسرائيلية على مصادر المعلومات الدولية ، وتعدد مساراتها وتوجهاتها وترتيب أجندتها في ضوء المصالح الدولية ، وما يخدم سياستها في المنطقة وفي ضوء الضغوطات والممارسات الإسرائيلية

## البحوث

بحق الصحفيين والإعلاميين الفلسطينيين ومؤسساتهم الإعلامية على فترات متوالية ، دون مراعاة للحقوق والأعراف الدولية ، فقد قصفت الطائرات المروحية الإسرائيلية مساء الأحد الموافق ٢٠٠٤/٥/٢ مقر إذاعة صوت الأقصى في غزة ، وتعرضت إذاعة صوت الشباب إلى أضرار مع عدد من المؤسسات في المكان ذاته ، وكانت إذاعة صوت فلسطين البرنامج العام من رام الله والبرنامج الثاني من غزة قد تعرض للقصف والتدمير<sup>(١١)</sup> وفق سياسة إسرائيلية متعمدة ، وقد بلغ عدد الصحفيين الشهداء خلال انتفاضة الأقصى تسعة بينما بلغ عدد الصحفيين المصابين جراء العدوان الإسرائيلي ٣٣٩ وغير ذلك من الممارسات الإسرائيلية العدوانية كما وضحتها الجدول (١) وهو عن المركز الصحفي السدولي<sup>(١٢)</sup> مما يؤكد حجم الضغوط التي يتعرض لها المراسلون الفلسطينيون وغير الفلسطينيين على الساحة الفلسطينية جراء الممارسات الوحشية الإسرائيلية .

وتكمن أهمية هذه الدراسة في : أنها تحاول الإجابة عن عدد من التساؤلات حول الضغوط المهنية الداخلية والخارجية التي يتعرض لها المراسلون الفلسطينيون ، للحصول على المعلومات والقيام بواجباتهم الإعلامية والوطنية والإنسانية ، والدراسة من الدراسات الرائدة في هذا المجال ، والتي تحاول الكشف عن مدى المعاناة ومدى الالتزام بأداب وأخلاقيات المهنة ، في ضوء هذه الضغوط والتحديات الداخلية والخارجية .

جدول (١) : الاعدادات الإسرائيلية على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية الفلسطينية خلال انتفاضة الأقصى حق ٢٠٠٤/٥/٢ .

٩	صحافيون استشهدوا بمرور قوات الاحتلال .
٣٣٩	إجمالي عدد الصحافيين الذين أصيبوا بجراح (إطلاق نار والتعرض للضرب واعدادات أخرى) .
٢٦٨	صحافيون (توافرت أسماءهم) وواجهوا قهراً لم يستطيعوا من خلالها ممارسة أعمالهم .
٦٠	حالات إطلاق نار على صحافيين لم ينتج عنها إصابات .
١٠٢	حالات الاعداء على المؤسسات الصحفية .
٦٥	حالات الاعداء على المعدات الصحفية .

## تساؤلات الدراسة :

تجيب هذه الدراسة عن عدد من التساؤلات ، تم تحديدها في ضوء المناقشة والحوار مع المختصين من نقابة الصحفيين والمراكز الإعلامية ، وبعض المراسلين البارزين والأكاديميين المهتمين بالمتابعة

## البحوث

الإعلامية ، حيث تم وضع صحيفة استقصاء اشتملت على ستة محاور ، يعكس كل محور منها دالة من دلالات الحالة الدراسية، وفي ضوئها تم تحديد عدد من التساؤلات الرئيسة على النحو التالي :

- ١- ما السمات العامة للمراسلين الفلسطينيين حسب دوافعهم ودرجة الرضا عن هذا العمل ؟
- ٢- ما المهارات الخاصة التي يتمتع بها المراسلون وفق ما يرون فيها أنفسهم ؟
- ٣- ما طبيعة العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة بالإعلام ، وما نوع هذه العلاقة ، ومدى تقدم أو عدم تقدم المساعدة للمراسلين ؟
- ٤- ما مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المراسلون في تغطية فعاليات الانتفاضة ، وما الصعوبات التي يواجهونها ، وكيف يواجهون هذه الصعوبات ؟ وما تأثير العامل الإسرائيلي على طبيعة العمل والمعلومات ؟
- ٥- ما مدى التزام المراسلين بمواثيق الشرف الإعلامية وقانون المطبوعات والمعايير الشخصية ، التي تحكم المراسلين في ترتيب الأجندة الإعلامية في تغطية فعاليات الانتفاضة ؟
- ٦- ما المقترحات التي يراها المراسلون لوضع منظومة معايير أخلاقية تنظم عمل المراسلين ؟

## الدراسات السابقة

### أولاً : الدراسات العربية :

- ١- دراسة " أخلاقيات ممارسة حرية الرأي عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامي (٢٠٠١) " (١٨) .  
تقسم هذه الدراسة بتعرف الشواهد والأدلة التي تؤكد إقرار الإسلام لحق الفرد والجماعة في التعبير عن الرأي ، في ضوء الأخلاقيات والضوابط الإسلامية ، استعتمد الباحث في ذلك منهج المسح في إطار البحوث والدراسات الوصفية ، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج التي تؤكد أن النصوص الإسلامية في القرآن والأحاديث النبوية التي تكفل للأفراد والجماعات الحق في التعبير ، وتحمي المناخ المناسب في ضوء منهج حضارى متكامل ، سابقا في ذلك كل القوانين والقواعد الأخلاقية المعاصرة في هذا المجال . . ولذلك ، يوصى الباحث بضرورة التزام وسائل الإعلام الجماهيرية بهذه الأخلاقيات والضوابط ، مع تخصيص وقت ومساحة مناسبة للثقافة الدينية المتعلقة بأخلاقيات وضوابط حرية الرأي وإشراف العلماء للمشهود لهم .

٢- دراسة : "نظرية المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخباري (١٩٩٣)" (١٩).

تعرض هذه الدراسة لتطور نظرية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها ، ووظائف الإعلام المستفول ومستويات تحقيقه في ضوء القضايا الجدلية التي تعكسها ممارسات العمل الإخباري في وسائل الإعلام ، وما يتعلق بها من إشكاليات أخلاقية كصراع المصالح ومصادر الأخبار ومدى الصدق في تناول الخير والعدالة والدقة والموضوعية وانتهاك الخصوصية والتعاضد مع الحكومة والمهينة والاحتكار للعمل الإخباري .

٣- دراسة : "إثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أجهزة التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل" (١٩٩٦) (٢٠).

قسمت هذه الدراسة بتعرف الكيفية التي تؤثر بها الممارسات الإعلامية للعاملين في أجهزة التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل ، في ضوء العلاقة مع الجمهور والعلاقة مع زملاء المهنة بوجه عام داخل المؤسسة أو خارجها ، وقد خلصت الدراسة إلى : أن هذه الممارسات سواء في قناة النيل الدولية أو الإدارة المركزية تؤثر تأثيراً كبيراً على اتجاهات هؤلاء الأفراد نحو عملهم وعلاقتهم بالرفساء والزملاء ، وقد ثبت لدى الباحثة ضعف علاقة القائم بالاتصال بالجمهور وعدم معرفته المناسبة بهذا المحيط المهم .

٤- دراسة : "الضغوطات والعوامل المؤثرة في انتقاء الأخبار ، ونشرها لدى القائمين بالاتصال في الصحف المصرية ١٩٩١-٢٠٠٣" (٢١).

تتم الدراسة بتعرف العوامل المؤثرة في طبيعة الأداء المهني وإنتاج المضامين الصحفية للقائمان بالاتصال في الصحف المصرية : القومية والحزبية ، ويفرض تعرف معايير انتقاء الموضوعات ونشرها وتعرف أثر ثقافة القائمان على الأخبار ، وأنماط العلاقات بين القائمان بالاتصال والزملاء داخل بيئة العمل الصحفي والعلاقة مع وسائل الإعلام الأخرى والمصادر المعتمدة ، ونوع المشاركة في تحديد السياسة التحريرية في الصحف المصرية . وتوصى الباحثة بضرورة تأصيل مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال وعقد الدورات التدريبية .

٥- دراسة : "مواقف الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال في مجال الصحافة البيئية ٢٠٠٢-٢٠٢٢" (٢٢).

تسمى هذه الدراسة لتعرف مدى رضا القائمين بالاتصال في مجال الصحافة البيئية عن ممارسة عملهم والضغوط والمشكلات التي تواجههم ، ومعايير سياسة التحرير لموضوعات وقضايا البيئة

ومعوقات هذه السياسة التي تؤثر على أداء القائمين بالاتصال والضغط التي تواجه الصحفيين في المؤسسات المحلية وغير المحلية، ومدى العلاقة بالقوى السياسية وجماعات الضغط في المجتمع .

٦- دراسة : " مفهوم الضمير ودوره في تثقيف علاقة معارضة بين الصحف والمؤسسات الصحفية ٢٠٠٢ " (٢٣) .

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المقارن لتصنيف عناصر مفهوم شرط الضمير ، والذي هو علاقة متوازنة بين الصحفي والمؤسسة ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، من أهمها أن مفهوم شرط الضمير في أوروبا وبخاصة فرنسا مركز على حماية حقوق الصحفيين المادية ، بإعطاء الصحفي الحق في فسخ العقد مع المؤسسة بإدارته المنفردة مع حصوله على التعويض الكامل ، وخلصت الدراسة كذلك إلى أن مفهوم شرط الضمير في معظم البلاد العربية ما يزال غائباً ، ويقتصر على حماية الحقوق المادية دون الحقوق الأدبية أو المعنوية ، في الدول التي تهتم بشرط الضمير مثل : الجزائر واليمن ومصر والمغرب .

٧- دراسة : " أخلاقيات العمل الإخباري (٢٠٠٣) " (٢٤) .

تسعى هذه الدراسة إلى تعرف أسس اختيار الأخبار لدى القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ، وكذلك تعرف درجة رضا القائمين بالاتصال في هذا المجال ، والعوامل التي تؤثر على اتخاذ القرار الأخلاقي لدى هؤلاء القائمين في مجاهم ، وأهم المبادئ الأخلاقية الواجبة لدى القائمين في هذا المجال ، وخلصت الباحثة إلى أهمية دور المؤسسة في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاقية من خلال الاهتمام بنشر المبادئ الأخلاقية ، وتوزيعها على العاملين .  
الدراسات الأجنبية :

١- دراسة : " حول دوافع صنع القرار الأخلاقي ١٩٩٠ " (٢٥) .

تهتم هذه الدراسة بتحليل تأثير الدوافع على عملية صنع القرار الأخلاقي ، وقد خلصت الدراسة إلى أن الجمهور يهتم في الأساس بالمصداقية وفق رؤية الصحفيين ، وبلى ذلك الأخلاق الخاصة بالصحفي ، وسياسة الصحيفة ، وبلى ذلك العلاقة مع الزملاء بالإضافة إلى المنفعة الذاتية ، بينما خلصت الدراسة إلى أن غالبية العينة من طلاب الإعلام يرون في المقدمة قوة تأثير احتياجات الجمهور ، تليها المنفعة الذاتية ثم الأخلاق الذاتية للصحفي ، وبلى ذلك العقاب وتأثير الزملاء .

٢- دراسة : "حول القانون والأخلاقيات والمسئوليات في غرفة الأخبار ٢٠٠٠" (٢٦) .

تسعى هذه الدراسة لتعرف طبيعة العلاقة بين الصحفيين والمسئوليات الأخلاقية وبيان قدرتهم على إيجاد صيغة للتوازن بين العوامل القانونية والضوابط الأخلاقية خلال ممارسة العمل الصحفي ، وانتهت الدراسة من خلال صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على (١٠٣٧) مفردة ، وعلى (٢٢) صحفياً وفق المقابلة المعمقة ، انتهت إلى تحديد ثلاثة نماذج رئيسية تحكم العلاقة بين القانون والأخلاقيات الإعلامية ، وهي :

١ - نموذج الاتزال الذي يعطى الأولوية للقانون .

٢ - نموذج التوافق الذي يستبعد التناقض بين القانون والأخلاقيات

٣ - نموذج المسؤولية الذي يوازن بين القانون والأخلاقيات .

٣- دراسة : " القيم المهنية والمسئولية الاجتماعية لدى الصحفيين في تايلاند ١٩٩٩" (٢٧) .

اهتمت هذه الدراسة بتعرف اتجاهات الصحفيين في تايلاند نحو أخلاقيات المهنة وعلاقتها بالمسئولية الاجتماعية ، كما أهتم بتعرف مدى الالتزام بالمعايير الموضوعية في سياق الانتماء الفكري والأيديولوجي ، وانتهت الدراسة إلى أن القيم المهنية وطبيعة الممارسة الإعلامية في تايلاند تختلف إلى حد كبير عن الممارسة الإعلامية والقيم بوجه عام عن الدول الغربية والآسيوية وبخاصة في اليابان ، وهذا يتطلب دعم البرامج وسياسة التدريب للتغلب على المعوقات والضغط ذات العلاقة بطبيعة الممارسة الإعلامية .

٤- دراسة : " ترتيب أبعاد المسؤولية الاجتماعية (١٩٧٧) " (٢٨) .

تهدف هذه الدراسة إلى ترتيب ستة أبعاد للمسئولية الاجتماعية من خلال تحويل المقولات النظرية لكتاب المسؤولية الاجتماعية إلى عبارات يضمها مقياسان تجميعيان ( A . B ) بناء على تقويمات بطريقة "ليكرت" بواقع (٢٥) عبارة لكل مقياس ، وقد تم تطبيقها على عينة مكونة من ٦٢٠ من رؤساء تحرير نشرات الأخبار في التلفزيونات التجارية الأمريكية وعلى ٦١٧ محرراً على مستوى الصحف الأمريكية باستخدام طريقة التحليل العاملي ، وانتهت الدراسة إلى تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية حسب الاهتمام إلى :

- الحرورية Professionalism
- النقد الذاتي والخارجي Criticism .



- التفاعل بين الصحفي والجمهور Interaction
- الحرية والمسئولية Freedom - responsibility
- خدمة المجتمع Service to society
- مساندة الحكومة في قراراتها Government support

#### ٥- دراسة : " الاختلاف بين المسئوليات القانونية والأخلاقية " :

تتم هذه الدراسة بتعرف الفروق بين المسئوليات القانونية والضوابط الأخلاقية في سياق التطبيق على المعالجة الإعلامية للقضايا ذات العلاقة بالإدمان والخمور والعقيدة ، وانتهت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تميل بوجه عام إلى تجاوز المسئوليات الأخلاقية ، دون أن يؤدي ذلك إلى الأضرار المادية والأدبية .

#### نوع الدراسة ومنهجها :

تأتي هذه الدراسة في سياق البحوث والدراسات الوصفية التي تهتم بتتبع الظاهرة وجمع المعلومات المتعلقة بها ، وقد استخدم الباحث منهج المسح ( مسح أساليب الممارسة الإعلامية ) الأكثر استخداماً في هذا المجال .

#### أداة الدراسة :

تم إعداد صحيفة استقصاء في ضوء المناقشات مع عدد من المختصين العاملين في المؤسسات الإعلامية ونقابة الصحفيين ، بفرض تعرف واقع ممارسة المراسلين الفلسطينيين في ضوء الظروف والتحديات الداخلية والخارجية ، وبخاصة سلطات الاحتلال الإسرائيلي وممارساتها الوحشية بحق المواطنين بعامة والمراسلين والإعلاميين بخاصة.

#### قياس الثبات والصدق :

تم اختيار الثبات من خلال دراسة استكشافية على عينة مكونة من عشرين مفردة خارج عينة الدراسة ، وقد تم تطبيق صحيفة الاستقصاء بعد أسبوعين على العينة نفسها في الدراسة الاستكشافية ، حيث بلغت نتيجة معامل الارتباط ٧٢% وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ٥% وهي نسبة عالية تؤكد دقة البيانات وثباتها.

## البحوث

ولقياس الصدق استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري ؛ حيث تم عرض نموذج صحيفة الاستقصاء على مجموعة من المختصين والخبراء ، الذين أبدوا ملاحظات ومقترحات أفادت الباحث في تعديل صحيفة الاستقصاء ، والتي تم توزيعها على عينة الدراسة والخبراء هم:

١- أ.د. إحسان الأغا

٢- أ.د. عدنان قاسم

٣- أ.د. حسن عماد مكاوي

٤- د. محمود الأستاذ.

٥- د. عبد الصبور فاضل

٦- د. محمود الدواهيدي

٧- د. فؤاد العاجز.

### إجراءات الدراسة :

#### مؤشرات عامة :

١ - تم توزيع صحيفة الاستقصاء على المراسلين الفلسطينيين المقيمين في قطاع غزة ، وعدد محدد من المراسلين السبارزين في الضفة الغربية مثل : "وليد العمرى" و"شربين أبو عاقله" و"ليلى عودة" و"شروق أسعد" حسبما توافر من إمكانات للظروف القاهرة والمناخية للتواصل بحكم الحصار الإسرائيلي متعدد الأساليب والأشكال ، وقد تم التوزيع على المراسلين من خلال نقابة الصحفيين بقطاع غزة ، والذي أشرف على ذلك نائب النقيب "توفيق أبو عوصة" ، وكان مجموع ما تم الحصول عليه من صحيفة الاستقصاء ستين صحيفة .

٢- تم تقسيم الصحيفة وفق التساؤلات المطروحة إلى ستة محاور، أحدها يتعلق بالسماوات العامة للمعينة من حيث النوع ودوافع العمل، ومدى الرضا الوظيفي ، بينما كان المحور الثاني يتعلق بالمهارات الخاصة التي يتمتع بها المراسلون كما يرون ذلك في أنفسهم، بينما يهتم المحور الثالث بتعرف العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة ومدى رضا المراسلين عن هذه العلاقة. ويهتم المحور الرابع بتعرف مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المراسلون ، والصعوبات التي يواجهونها وكيفية مواجهتها ، ويهتم المحور الخامس بتعرف مدى التزام المراسلين بمواثيق الشرف وأخلاقيات المهنة وقانون المطبوعات والنشر والمعايير الشخصية التي تحكم المراسلين في رسالتهم الإعلامية ، ودور العامل الإسرائيلي في تعزيز رسالتهم الإعلامية.

## البحوث

وقد خصص الباحث المخرج السادس لتعرف مقترحات المراسلين ، من خلال الممارسة والتجربة لوضع منظومة معايير وضوابط تحكم العلاقة مع المؤسسات الإعلامية والوطنية ذات العلاقة ، ودون أن يتعرض المراسلون للضغوط والاعتداءات التي تزايدت في الآونة الأخيرة.

### نتائج الدراسة :

#### المخرج الأول :

نوع المراسلين ودوافعهم ودرجة الرضا :

( أ ) وفق صحيفة الاستقصاء فقد بلغ عدد المراسلين عينة الدراسة ستين مراسلا ، يتوزعون بين الذكور والإناث حسب الجدول التالي:

جدول (٢) : توصيف العينة من حيث النوع .

النوع	ك	النسبة المئوية
ذكور	٤٦	٧٦,٧%
إناث	١٤	٢٣,٣%
المجموع	٦٠	١٠٠%

(ب) دوافع المراسلين نحو الالتحاق بالعمل ، حيث تم تحديد ثلاثة دوافع تتوزع بين المهابة بنسبة ٥٠% والتخصص بنسبة ٤٦,٧% والإغراء المادي بنسبة ٣,٣% كما يبينها الجدول (٣) .

جدول (٣) : دوافع الالتحاق بالعمل .

الدافع	ك	النسبة المئوية
المهابة	٣٠	٥٠%
التخصص	٢٨	٤٦,٧%
الإغراء المادي	٢	٣,٣%
المجموع	٦٠	١٠٠%

## البحوث

(جـ) درجة الرضا عن العمل :

جدول (٤) : درجة رضا المراسلين عن العمل .

الدرجة	ك	النسبة المئوية
عالية جداً	١٢	٢٠%
عالية	١٢	٢٠%
متوسطة	٣٤	٥٦,٧%
ضعيفة	٢	٣,٣%
ضعيفة جداً	-	-
المجموع	٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن المراسلين يظهرون درجة المتوسط في الرضا عن العمل وتأتي بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٦,٧% بينما درجة عالية جداً وعالية بنسبة ٢٠% لكل منهما ، وفي رأى الباحث أن هذه النتيجة تتفق إلى حد كبير مع الواقع المهني ، الذي يعيشه المراسلون في هذه الظروف الصعبة ، وما يتعرضون له من ضغوط داخلية وخارجية كما سترى ذلك لاحقاً.

المحور الثاني :

مهارات المراسلين الخاصة: تعتمد الباحث هذا القياس لتعرف درجة ثقة المراسلين بأنفسهم ومحاولة اكتشاف مدى الثقة والموضوعية ، واقترح الباحث للقياس اثني عشرة مهارة موزعة بين درجة الامتياز والضعيف يوضحها الجدول (٥) .

وتبين من خلال القراءة العمودية لهذا الجدول : أن المراسلين التزموا التواضع والموضوعية في نظرهم إلى أنفسهم في المهارات المقترحة ، فقد جاءت درجة (متوسط) في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠,٨% يليها درجة (ضعيف) بنسبة ٣٥,٤% ويلها في المرتبة الثالثة درجة (جيد) بنسبة ٢٠% ودرجة (جيد جداً) في المرتبة الرابعة بنسبة ٢,٧% بينما درجة (ممتاز) ١,١% ، وفي قراءة أفقية للجدول السابق حسب المهارات المقترحة تبين أن المراسلين متواضعون كثيراً في نظرهم إلى أنفسهم ، فقد جاءت أعلى المهارات بدرجة متوسط على النحو التالي :

- القدرة على ربط الأحداث بنسبة ٦٥,٧%
- القدرة على التحليل والاستنتاج بنسبة ٥١,٧%

## البحوث

- الخيرة في العمل الإعلامي بنسبة ٥٠%
- القدرة على الاستماع والاستيعاب بنسبة ٤٦,٧%
- سرعة ودقة الملاحظة والتصرف بنسبة ٤٣,٣%
- القدرة على الكتابة الإعلامية والتحرير بنسبة ٤٣,٣%

وفي رأى الباحث فلإن هذا الجدول يعكس واقع العمل الإعلامي للمراسلين وظروفهم ومعايير اختصارهم وواقع دور المؤسسات الفلسطينية في هذا المجال .

جدول (٥) : مهارات المراسل كما يراها في نفسه .

المهارة	ممتاز		جيد جداً		جيد		متوسط		ضعيف		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإلمام بقواعد اللغة الإنجليزية .	٢	٣,٣	٦	١٠	٢٣	٣٨,٣	١٧	٢٨,٣	١٢	٢٠	٦٠	١٠٠
الإلمام باللغة الإنجليزية .			٤	٦,٧	٢١	٣٥	٢٣	٣٨,٣	١٢	٢٠	٦٠	١٠٠
الخيرة في العمل الإعلامي .					١١	١٨,٣	٣٠	٥٠	١٩	٣١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على الكتابة الإعلامية والتحرير .			٣	٥	١٢	٢٠	٢٦	٤٣,٣	١٩	٣١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على التحليل والاستنتاج .					١٣	٢١,٧	٣١	٥١,٧	١٦	٢٦,٧	٦٠	١٠٠
سرعة ودقة الملاحظة والتصرف .					١٠	١٦,٧	٢٦	٤٣,٣	٢٤	٤٠	٦٠	١٠٠
القدرة على الاستماع والاستيعاب .					٥	٨,٣	٢٨	٤٦,٧	٢٥	٤١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على إدارة الحوار .			٤	٦,٧	١١	١٨,٣	٢٧	٤٥	١٨	٣٠	٦٠	١٠٠
التمتع بذاكرة قوية .					١٣	٢١,٧	٢٢	٣٦,٧	٢٥	٤١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على ربط الأحداث .					١	١,٧	٣٤	٥٦,٧	٢٥	٤١,٧	٦٠	١٠٠
القدرة على الوصف والصور .	٢	٣,٣			٨	١٣,٣	١٩	٣١,٧	٣١	٥١,٧	٦٠	١٠٠
إيجاد النقاط الصورية أو تجميعها .	٤	٦,٧	٢	٣,٣	١١	١٨,٣	٢٢	٣٦,٧	٢١	٣٥	٦٠	١٠٠
الإجمالي	٨	١٠,١	١٩	٣١,٧	١٣٩	٢٢٩	٢٠	٢٨٥	٤٠,٨	٢٤٧	٣٥,٤	٦١٨

المحور الثالث :

العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية:

( أ ) طبيعة العلاقة :

اقترح الباحث عدداً من المؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة مع المراسلين لتعرف طبيعة العلاقة ودرجتها ، ويتضح من الجدول (٦) أن العلاقة قائمة بدرجات متفاوتة من مؤسسة إلى أخرى ، وتأتي وزارة البيئة في المرتبة الأولى من حيث الامتياز تليها وزارة الاتصالات والزراعة ثم الإذاعة والتلفزيون ووزارة الصحة ، وهذه الجهات جميعها تقدم المساعدات بشكل أو آخر للمراسلين ، والتأثير قريبة من الواقع بحكم الواقع الميداني .

جدول (٦) : طبيعة درجة العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية .

المؤسسة		متطز		جيد جداً		جيد		متوسط		ضعيف	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	١,٧	١٣	٢١,٧	١٨	٣٠	١٥	٢٥	١٣	٢١,٧	١٣	٢١,٧
٧	١١,٧	١٩	٣١,٧	١٤	٢٣,٣	١٤	٢٣,٣	٦	١٠	٦	١٠
٢٣	٣٨,٣	١٦	٢٦,٧	١١	١٨,٣	٨	١٣,٣	٧	١١,٧	٧	١١,٧
٩	١٥	٦	١٠	١٣	٢١,٧	٢٢	٣٦,٧	١٠	١٦,٧	١٠	١٦,٧
١٦	٢٦,٧	١٤	٢٣,٣	١٤	٢٣,٣	١٢	٢٠	٤	٦,٧	٤	٦,٧
٧	١١,٧	١٥	٢٥	١٥	٢٥	١٧	٢٨,٣	٦	١٠	٦	١٠
٥	٨,٣	٦	١٠	٢٠	٣٣,٣	١٩	٣١,٧	١٠	١٦,٧	١٠	١٦,٧
١٠	١٦,٧	١٦	٢٦,٧	١٤	٢٣,٣	١٢	٢٠	٨	١٣,٣	٨	١٣,٣
٦	١٠	١٢	٢٠	١٢	٢٠	١٨	٣٠	١٢	٢٠	١٢	٢٠
٢٧	٤٥	١٢	٢٠	١٥	٢٥	٦	١٠	—	—	—	—

## البحوث

وفي قراءة أفقية لدرجات المقياس واستخراج المتوسط الحسابي ، نلاحظ أن العلاقة متقاربة إلى حد ما ، وتأتي نقابة الصحفيين في المرتبة الأولى بنسبة ٦٨,٦% ووزارة الصحة والأجهزة الأمنية وهيئة الاستعلامات بنسبة ٦٦% لكل واحدة منها كما يتضح في الجدول التالي (٧) .

جدول (٧) : المتوسط الحسابي للعلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية .

النسبة المئوية	المؤسسة
٦٨,٦%	نقابة الصحفيين .
٦٦%	وزارة الصحة .
٦٦%	هيئة الاستعلامات .
٦٦%	الأجهزة الأمنية .
٦٥%	وزارة البيئة .
٦٥%	وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) .
٥٧,٦%	وزارة الإعلام .
٥٧,٤%	الإذاعة والتلفزيون .
٥١,٤%	وزارة الزراعة .

ب - نوع العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية من حيث الخدمة :

جدول (٨) : يوضح نوع العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية من حيث الخدمة .

النسبة	دائماً		أحياناً		لا		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
تساعد علي توفير المعلومات .	-	-	٤٢	٧٥	١٨	٣٠	٦٠ ١٠٠
تسهل الاتصالات .	٨	١٣,٣	٤٥	٦٦,٧	١٢	٢٠	٦٠ ١٠٠
تسهل حركة الانتقال .	٢٦	٤٣,٣	٢٥	٤١,٧	٩	١٥	٦٠ ١٠٠
تسهل الاتصال بمصادر المعلومات .	١٦	٢٦,٧	٣٥	٥٠	١٤	٢٣,٣	٦٠ ١٠٠
تسهل الاتصال مع القيادات لفائدة .	٧	١١,٧	٤٥	٧٥	٨	١٣,٣	٦٠ ١٠٠
تنظيم لقاءات مفتوحة مع المسؤولين .	٦	١٠	٤٢	٧٥	١٢	٢٠	٦٠ ١٠٠
تدعيم العلاقات الاجتماعية بين المراسلين .	٢٩	٤٨,٣	٢١	٣٥	١٥	٢٥	٦٠ ١٠٠
تقديم الخدمات العامة للمراسلين .	١٦	٢٦,٧	٣٦	٦٠	٨	١٣,٣	٦٠ ١٠٠
الإجمالي	١٠٨	٢٢,٥	٢٨١	٥٨,٥	٩١	١٨,٩	٤٨٠ ١٠٠

## البحوث

في قراءة للجدول (٨) تبين أن وجهة نظر المراسلين في نوع العلاقة مع المؤسسات الفلسطينية من حيث الخدمة التي تقدمها لهم ، تأتي أيضاً في سياق الدرجة المتوسطة التي غلبت على مقاييس العلاقة المختلفة . ونلاحظ من قراءة هذا الجدول أن العلاقة (أحياناً) بوجه عام أعلى من (دائماً) . وفي قراءة أفقية للجدول السابق ، يتضح أن المتوسط الحسابي للفتات يبين أن هذه المؤسسات يساعد على توفير المعلومات بنسبة ٤٢% ، وتعمل على تسهيل الاتصالات بنسبة ٤١,٤% ، وذلك يتضح في الجدول (٩) .

جدول (٩) : المتوسط الحسابي لنوع العلاقة بين المراسلين .

الترتيب	النسبة المئوية	نوع العلاقة
١	٤٦	تساعد على توفير المعلومات .
٣	٤١,٤	تعمل على تسهيل الاتصالات .
٧	٣٤,٤	تعمل على تسهيل حركة الانتقال .
٥	٣٩,٤	تعمل على تسهيل الاتصال لمصدر المعلومات .
٤	٤٠,٤	تعمل على تسهيل الاتصال مع القيادات .
٢	٤٢	تعمل على تنظيم لقاءات مع المسؤولين .
٨	٣٣,٦	تعمل على تدعيم العلاقات الاجتماعية .
٦	٣٥,٦	تعمل على تقديم الخدمات العامة للمراسلين .



المحور الرابع :

مصادر المعلومات للمراسلين وصعوبة الحصول على المعلومات وينقسم هذا المحور إلى ثلاثة أقسام حسب الجداول التالية ( ١٠، ١١، ١٢ ) :

( أ ) مصادر المعلومات :

جدول ( ١٠ ) : مصادر المعلومات للمراسلين .

الرقم	المصدر	التكرار	النسبة المئوية
١	جهود ذاتية .	٣٦	٦٠
٢	الأجهزة الأمنية .	٣٠	٥٠
٣	وزارة الصحة .	٢٥	٤١,٧
٤	مؤسسات صحفية .	٢٠	٣٣,٣
٥	شخصيات عامة .	١٨	٣٠
٦	وزارة الزراعة .	١٥	٢٥
٧	مراكز المعلومات .	١٣	٢١,٦
٨	الرئاسة الفلسطينية .	١٠	١٦,٦
٩	مصادر إسرائيلية .	٨	١٣,٣
١٠	نقابة الصحفيين .	٦	١٠
١١	وزارة البيئة .	٥	٨,٣
١٢	ولغا (وكالة الأنباء الفلسطينية) .	٥	٨,٣
١٣	مصادر عربية .	٤	٦,٧
١٤	الإذاعة والتلفزيون .	٤	٦,٧
١٥	هيئة الاستعلامات .	٣	٥
١٦	وزارة الإعلام .	٣	٥
١٧	وزارة الاتصالات .	٢	٣,٣
١٨	أخرى تذكر .	٢	٣,٣

يتضح من الجدول السابق معاناة المراسلين في الحصول على المعلومات لعدم وجود مركز فاعل للمعلومات أو جهة مسؤولة قادرة على التزويد والمتابعة ؛ ولذلك يعتمد المراسلون في الأغلب على جهودهم الذاتية بنسبة ٦٠% والأجهزة الأمنية بنسبة ٥٠% ووزارة الصحة ٤١,٧% وهذه النتيجة قريبة جدا من الواقع وتتفق مع ما نلاحظه وتتابعه من الأحداث.

## البحوث

ب - الصعوبات التي تواجه المراسلين في الحصول على المعلومات حسب الجدول التالي :

جدول (١١) : الصعوبات التي تواجه المراسلين في الحصول على المعلومات .

الرقم	الصعوبات	التكرار	النسبة المئوية
١	قيود حرية التعبير	١٧	٢٨,٣%
٢	ضعف مصادر المعلومات	٢٨	٤٦,٧%
٣	ضعف الحرفية والمهنية	١٦	٢٦,٧%
٤	عدم الاستقرار الأمني	٤٤	٧٣,٣%
٥	الخوف من السلطة	٨	١٣,٣%
٦	عدم وجود لائحة منظمة للعلاقة	٣٦	٦٠
٧	تعدد المصادر الإعلامية	١٥	٢٥
٨	الاشكالية والقبلية	٢١	٣٥
٩	الانتماءات السياسية	٢٦	٤٣,٣
١٠	ندرة الإمكانيات الفنية	١٣	٢١,٧
١١	سيطرة قوات الاحتلال	٤٠	٦٦,٧
١٢	عدم الثقة بين الطرفين	١١	١٣,٣
١٣	عدم وجود هيئة متخصصة	٣٤	٥٦,٧

يتضح من الجدول السابق أن الصعوبات التي تواجه المراسلين في الحصول على المعلومات ، تعود إلى خمسة عوامل أساسية تتكامل مع بعضها بعضا ، وتتطابق مع ما ورد في الجدول السابق . وجاءت هذه العوامل مرتبة على النحو التالي :

١ - عدم الاستقرار الأمني بنسبة ٧٣,٣%

٢ - سيطرة قوات الاحتلال ٦٦,٧%

٣ - عدم وجود لائحة تنظيمية للعلاقة ٦٠%

٤ - عدم وجود هيئة متخصصة ٥٦,٧%

٥ - ضعف مصادر المعلومات ٤٦,٧%

ولو تأملنا هذه العوامل ، نلاحظ أنها تعود إلى الواقع الذي يعيشه الفلسطينيون في الضفة الغربية وقطاع غزة بسبب الاحتلال الإسرائيلي والممارسات الوحشية اليومية ، بحق الأرض والشجر والحجر

## البحوث

والإنسان ، وهو ما أشرنا إليه في الجدل (١) موضوع الدراسة ، والذي يوضح حجم الأذى الذي يلحق بالإعلاميين الفلسطينيين . ولعلني أشير هنا إلى تعرض صحيفة الرسالة الأسبوعية إلى التدمير والقصف بعد منتصف ليلة الجمعة ٢٠٠٤/٥/١٤ مع مركز للبحوث والدراسات يتبع حركة الجهاد الإسلامي ، وهو ما أصاب عديداً من المؤسسات الإعلامية الفلسطينية ، وفي مقدمتها إذاعة صوت فلسطين البرنامج العام - في رام الله ، والبرنامج الثاني في غزة عام ٢٠٠٢<sup>(٢)</sup> وما تزال المؤسسات الوطنية الفلسطينية تتعرض للانتهاكات الإسرائيلية غير المبررة ، بالإضافة إلى سياسة المنع والاعتقال والحصار والخوارج ، وغير ذلك من سياسات التحريف والتخريب والتدمير شبه اليومية ، وهو ما يؤثر على المراسلين ودورهم في تغطية الأحداث المتوالية .

(جـ) كيف يواجه المراسلون هذه الصعوبات حسب الجدول التالي :

جدول (١٢) : كيف يواجه المراسل الصعوبة ويتطلب عليها .

النسبة	التكرار	النسبة المئوية
الجهود الذاتية .	٥٢	٨٦,٧%
المغامرة .	٢٢	٣٦,٧%
الطرق غير الرسمية وغير المحمّدة .	١٥	٢٥%
تعدد المستوين في المناطق .	٣٢	٥٣,٣%
العلاقات الشخصية .	٥٨	٩٦,٧%
تدعيم العلاقات في المصادر الإسرائيلية .	٦	١٠%
تدعيم العلاقات في المصادر الأجنبية .	١٥	٢٥%
تدعيم العلاقات في المصادر العربية .	١٠	١٦,٧%
ابتداع القصص الخيرية .	١٧	٢٨,٣%
الإغراءات المالية .	٦	١٠%

يتضح من الجدول السابق أن المراسلين يعتمدون على جهودهم الذاتية وعلاقاتهم الشخصية وتوزيع المستوين في المناطق المختلفة والاعتماد على المغامرة والتعرض للخطر للحصول على المعلومات ، وربما ابتداع القصص الخيرية ، وهذا يتفق مع ما أشرنا إليه في الجدل (١٠ ، ١١) وما أشرنا إليه في محور الثالث حول العلاقة بين المراسلين والمؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة والتي تمثلها الجدول (٦ ، ٧ ، ٨ ، ٩) .

المحور الخامس :

مدى التزام المراسلين بأخلاقيات المهنة :

وبنفسه هذا المحور إلى قسمين يتعلق الأول بالتزام المراسلين بعواثيق الشرف وقانون المطبوعات ،  
بينما يتعلق الثاني بالمعايير الشخصية التي تحكم المراسلين في ترتيب أحاديثهم الإعلامية .

### الالتزام بأخلاقيات المهنة :

جدول (١٣) : مدى التزام المراسلين بمواثيق الشرف .

موازين الشرف											
إلى حد كبير جدا		إلى حد كبير		متوسط		ضعيف		ضعيف جدا		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٠	١٦,٧	٣١	٥١,٦	٧	١١,٧	٤	٦,٧	٨	١٣,٣	٦٠	١٠٠
٢٣	٣٨,٣	١٣	٢١,٧	١٤	٢٣,٤	٨	١٣,٣	٢	٣,٣	٦٠	١٠٠
١٩	٣١,٦	١٤	٢٣,٤	١٥	٢٥	٢	٣,٣	١٠	١٦,٧	٦٠	١٠٠
١٨	٣٠	١٦	٢٦,٧	١٠	١٦,٧	٨	١٣,٣	٨	١٣,٣	٦٠	١٠٠
٣٦	٦٠	١٤	٢٣,٣	-	-	٨	١٣,٣	٢	٣,٣	٦٠	١٠٠
٢٣	٣٨,٣	١٩	٣١,٧	٨	١٣,٣	٦	١٠	٤	٦,٧	٦٠	١٠٠

في قراءة للجدول السابق ، يتضح عدد من المؤشرات ، نوجزها كما يلي :

١- التزام المراسلون الفلسطينيون بشكل واضح بقانون الشرف الصحفي ، الذي أعدته نقابة الصحفيين الفلسطينيين ، والذي يشتمل على سبعة وثلاثين بنداً ينتهي بالقسم وجاء في مقدمته:

"إن العمل الصحفي لا يستمد شرفه من جودة أدائه فحسب ، بل من شرف الغاية التي يتخدها الكلمة أو الصورة المنشورة"<sup>(٣١)</sup>. ويدعو إعلان الشرف الصحفي إلى : الالتزام الكامل بالقوانين الفلسطينية العامة ، وبما ورد في وثيقة إعلان الاستقلال الصادرة في نوفمبر عام ١٩٨٨ ، وقانون المطبوعات الفلسطيني ، والأعراف والمواثيق الدولية بهذا الشأن .

٢- على الرغم من دعوة ميثاق الشرف الصحفي الفلسطيني إلى الالتزام بقوانين المطبوعات والنشر ، إلا أن درجة الالتزام به حسب المراسلين أقل بكثير من الفئات الأخرى ، وهو إلى حد كبير يتوافق

مع الواقع ومع نظرة الإعلاميين إلى هذا القانون ، الذى يتخلف كثيرا عن الطموحات والواقع الميداني للإعلام الفلسطيني .

٣- لوحظ من الجدول الالتزام بالمسؤولية الوطنية والقومية أيضا ، وذلك ينعكس واقع الانتماء الوطنى للمراسلين ، بمختلف اتجاهاتهم السياسية والفكرية والفصائلية ، وهو انسجام طبيعي بين الأفراد والمجتمع والانتماء .

٤- عكس الجدول رغبة المراسلين في إيجاد قانون وإطار ينظمهم ويجمعهم ويكون مرجعا لهم ، وقد أفساد نائب نقيب الصحفيين بغزة عدم وجود أى إطار أو نظام أو آلية تنظم عمل المراسلين ، باستثناء العلاقات التى تفرص النفاذ على استثمارها للصالح العام<sup>(٣١)</sup> .

(ب) المعايير الشخصية التى تحكم المراسل لترتيب الأجنحة الإعلامية :

استشهد الباحث في بناء سلم للمعايير من واقع المعاشية الميدانية والمتابعة المتوالية والعلاقات الشخصية والإعلامية .

وهى كما يوضحها الجدول التالى :

جدول (٤٤) : المعايير الشخصية التى تحكم المراسلين (مستمد) .

المعايير	التكرار	النسبة المئوية
نوع الأحداث وأهميتها	٤٥	٢٠,٤
سياسة الدولة والقناة	٣٧	١٤,٥
القناعة الخاصة بالمراسلين	٣٠	١٣,٦
الانتماء السياسى للمراسلين	٢٧	١٢,٢
تأييد مشروع السلام	٢٥	١١,٣
الشخصية والعلاقات الخاصة	٢١	٩,٥
التأثيرات الخارجية	١٧	٧,٧
الخوف من الراتب أو المكافأة	١٠	٤,٥
الصالح الخاصة للمراسلين	٨	٣,٦
معارضة مشروع السلام	٦	٢,٧
الإجمالي	٢٢١	%١٠٠

## البحوث

“ في قراءة للجدول السابق ، نتوقف أمام المؤثرات التالية ، مع ملاحظة أن الإجابات وفق الاختيار المتعدد دون أن يكون شاملا لكل المعايير :

- ١ - تفرض الأحداث وأهميتها نفسها على المرسلين ، وفي ذلك توافق مع السياسة العامة للدولة صاحبة القناة ، والتي في الأغلب تؤيد القضية الفلسطينية بعامة ، والحقوق الوطنية للشعب الفلسطيني .
  - ٢ - تؤثر القناعة الخاصة للمرسلين على نوع الرسالة وترتيب أجنحة الأخبار ، في ضوء تعدد الانتماءات السياسية والفكرية والفصائلية .
  - ٣ - يتضح من المعايير الخمسة الأولى التجانس والاقتراب من التوافق والتكامل ، ومعظم المرسلين يقتربون بأسلوب أو بآخر من مشروع السلام والالتزام بمبادئ الشرف والانتماء إلى المجموع ، كما اتضح ذلك في الجدول (١٣) حول الالتزام بأخلاقيات المهنة ، على الرغم من عدم وجود آلية للعمل تخص المرسلين ، أو إطار ينظم العلاقة مع المؤسسات الفلسطينية ذات العلاقة .
- المحور السادس :

### مقترحات المرسلين (مفصح) :

- من مراجعة المقترحات المدونة في صحيفة الاستقصاء ، تبين أن عددا من المرسلين لم يسجل أية اقتراحات ، وأن آخرين اكتفوا بالقول : بأن الإجابة عن المعايير تكفي للاقتراح المطلوب، وفي ذلك اجتهد الباحث في استخلاص أهم المقترحات وفق ورودها في صحيفة الاستقصاء على النحو التالي :
- ١ - العمل على إيجاد صيغة تنظم العلاقة بين المرسلين والمؤسسات ذات العلاقة بالإعلام ، مثل : وزارة الإعلام ، وهيئة الاستعلامات ونقابة الصحفيين .
  - ٢ - دعوة الأجهزة الأمنية والرقابية إلى احترام دور المرسلين ورسالتهم الإعلامية ، وإتاحة الفرصة للتعبير عن رأيهم ، واحترام آلية عملهم في إطار المسؤولية الاجتماعية والوطنية مع توفير الحماية لهم .
  - ٣ - إنشاء مركز للإعلام والمعلومات وفق تكنولوجيا الإعلام المتطورة لتزويد المرسلين بالمعلومات والآراء والأخبار ، وللمساعدة في تسهيل مهمتهم .
  - ٤ - توفير هامش من السرية الخاصة بالمرسلين ، مع الحق في الحفاظ على مصادر المعلومات ، وضرورة العمل على تنظيم لقاءات دورية واستثنائية ، لتوحيد الخطاب الإعلامي في إطار الحق في التعبير والالتزام الوطني .

## البحوث

٥ - إعادة النظر في قانون المطبوعات والنشر ، بما يتوافق مع التطورات السياسية والتكنولوجية وتدفق المعلومات والدعوة للتعددية الإعلامية .

### النتائج العامة للدراسة :

في ضوء المعالجة العامة محاور الدراسة الستة والجداول الإحصائية الخاصة بذلك ، يمكن التوقف عند عدد من النتائج العامة ، التي تؤثر تأثيرا واضحا لاستخدامات هذه الدراسة على النحو التالي :

■ عينة الدراسة وفق صحيفة الاستقصاء : ستون مراسلا ومراسلة بواقع ٤٦ من الذكور بنسبة ٧٦,٧ % ، و ١٤ من الإناث بنسبة ٢٣,٣ % .

■ درجة الرضا عن العمل متوسطة بنسبة ٥٦,٧ % ، بينما جاءت دوافع المراسلين للعمل من الهواية بنسبة ٥٠ % يليها التخصص بنسبة ٤٦,٧ % .

■ في تعرف المهارات الخاصة بالمراسلين وفق نظرهم إلى أنفسهم ، جاءت النظرة متواضعة وموضوعية ، حيث جاءت الدرجة المتوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠ % ، على الرغم من القدرة الذاتية على ربط الأحداث وتحليلها والخبرة في العمل ، وفي ذلك اتفاق مع واقع العمل الإعلامي وسط الظروف القاسية التي يعيشون فيها بفعل السياسة الاحتلالية .

■ في إطار العلاقة مع المؤسسة الوطنية ذات العلاقة ، فقد جاءت وزارة البنية والاتصالات في المرتبة المستقدمة تليها وزارة الزراعة ، وهي الجهات التي تتعرض مصالحها للانتهاكات الإسرائيلية ، وإن كان ذلك لا يعطيها الأولوية في الحصول على المعلومات

■ تأتي الجهود الذاتية والعلاقات الشخصية في مقدمة الأساليب التي يعتمدنها المراسلون في الحصول على المعلومات ، لعدم توافر الجهاز المتخصص في إطار السلطة الوطنية الفلسطينية ، وهو ما يجعل العلاقة بين المراسلين والأجهزة الأمنية والمؤسسات ذات العلاقة في حال اهتزاز وعدم وضوح .

■ يعمل المراسلون على الالتزام بميثاق الشرف الصحفي الذي أعدته نقابة الصحفيين بغزة ، أكثر من التزامهم بقانون المطبوعات الفلسطيني الذي يطالب المراسلون بإعادة قراءته وتعديله ، بما يتوافق مع التطورات السياسية والإعلامية .

■ تحكم المسؤولية الوطنية والقومية المراسلين في تناوئهم للأجندة الإعلامية ، وإعداد الرسالة الإعلامية وبخاصة في هذه الظروف التي يزداد العدوان الإسرائيلي متعدد الأشكال .

## البحوث

■ جاء العامل الإسرائيلي بشكل بارز في سياق الصعوبات والتحديات ، والمعوقات لحركة المراسلين التي يحول الاحتلال الإسرائيلي دون الحق في التنقل ، بسبب الحواجز وسياسة القهر والمنع المتكررة ؛ خاصة أثناء الأحداث الساعنة .

■ تأتي الأحداث وأهميتها وسياسة الدولة صاحبة القناة الفضائية والقناة الخاصة ، وما يتعلق بذلك في مقدمة المعايير الشخصية التي يمتدحها المراسلون في ترتيب الأجنحة الإعلامية بالإضافة إلى الانتماء السياسي والالتزام الوطني .

## المقترحات

في ضوء النتائج العامة للدراسة ، وفي ضوء المقترحات التي تم استخلاصها من واقع صحيفة الاستقصاء ، وفي ضوء الحاجة إلى تطوير مثل هذه الدراسات التي تسهم في الجهود التي تبذل لصياغة إطار إعلامي ، ينظم المؤسسات الإعلامية ويدعم أهدافها ويوحد الخطاب الإعلامي .. فإن الباحث يقترح مايلي :

١ - العمل الجاد والسريع لتشكيل مجلس أعلى للإعلام ، وفق التطورات السياسية والعلمية والتكنولوجية ، ويكون قادراً على رسم معالم السياسة الإعلامية بوجه عام .

٢ - العمل الجاد على توحيد الخطاب الإعلامي الرسمي في إطار التعددية السياسية والإعلامية ، وبما يكفل الحق في التعبير والحفاظ على الرأي والرأي الآخر .

٣ - إيجاد صيغة تنظم العلاقة مع المراسلين سواء الفلسطينيين أم غير الفلسطينيين ، وفق النظم المعمول بها في العالم ، بحيث يوفر للمراسلين المعلومات والحماية من الاعتداءات وفي إطار المسؤولية الإعلامية والوطنية .

٤ - إنشاء مركز للدراسات الإعلامية الذي تخلق منه الساحة الفلسطينية ، يسمح باستقطاب الطاقات الشابة ويتيح الفرصة للتدريب ، ويضع برنامجاً للدراسات التي تخدم المجتمع والدولة .

٥ - يوصى الباحث بالعمل على إعداد البحوث والدراسات التي تخص القائمين بالاتصال ، وبخاصة المرأة ودورها في الإعلام وخدمة الرسالة الإعلامية .



## المصادر

- (١) نبيل علي : الثقافة العربية وعصر المعلومات ، (الكويت ، عالم المعرفة ، العدد/٢٧٦ ، نوفمبر/٢٠٠٠) ص: ٥٦ .
- (٢) حسين أبو شب : اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو الأفاق المصورة ( القاهرة ، للؤمر العلمي العاصر لكلية الإعلام - جامعة القاهرة ) .
- (٣) هربست شيلر : الاتصالات والهيمنة الثقافية ، ترجمة : وجيه سمعان عبد السميح ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٣ ، ص : ٤٣ .
- (٤) حسين أبو شب: الاتفاقات الفلسطينية الإسرائيلية، الرأي والرأى الآخر، ط١ (قاهرة، مكتبة مدبولي ، ١٩٩٥) ص .
- (٥) هربست شيلر: الاتصال والهيمنة الثقافية ، (م.س.ذ) ص: ٣٨ ، ٦٠ .
- (6) Unesco, analysis of problems and table of objectives to be used as a basic for medium- term planning(1997-1982)-Paris1974,p.28
- (٧) وسيلة إعلان المبادئ الصادر عن القمة العالمية للمعلومات، (جنيف-١٠/١٢/٢٠٠٣) (مجلة الدراسات العربية الإعلامية، العدد/١١٣، أكتوبر، ديسمبر ٢٠٠٣ ص: ١٧٤ .
- (٨) تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٣، (قاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية العدد/١١٣) (م.س.ذ) ص من: ١٨٧-١٨٩.
- (٩) محمود علم الدين: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، (الكويت، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد، ٢٣، المعداد٢، ١ يوليو - ديسمبر، ١٩٩٤) ص من: ٩٥، ٩٦ .
- (١٠) لهد بن عبد العزيز المسكر وفازر عبد الله الشهري : اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، (قاهرة، أكاديمية أخبار اليوم للؤمر السنوى الثانى ، الصحافة وآفاق التكنولوجيا ، ٨-٩/٤/٢٠٠٣) ص: ٢١ .
- (١١) مساحي الخلسوان وحسن عماد مكارى: تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، جلسة عامة في الحلقات النقاشية، (قاهرة، للؤمر الطسى ، جامعة القاهرة، ١٩٩٩) ص من : ٩٠، ٩١، ٩٢، ٩٣ .
- (١٢) عادل عبد الغفار خليل ، أبعاد المسئولية الاجتماعية للفتنات الفضائية المصرية الخاصة ، (قاهرة ، أبحاثيات الإسلام بين النظرية والتطبيق ، للؤمر العلمى السنوى التاسع ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، مايو/٢٠٠٢) ص من : ٧٤٧، ٧٤٨ .
- (١٣) حسن عماد مكارى، أبعاد العولمة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام ، (قاهرة، للؤمر العلمى الأول للقسم الدراسات الإعلامية، العالم العربى وتحديات العولمة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، أبريل، ١٩٩٩) ص من: ٧، ٢٢ .

## المحسوث

(١٤) محمد إبراهيم عايش : التأثيرات المتصلة للثب التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية على نظم التلفزيون الوطنية في المنطقة العربية ، (الرياض ، مجلة تلفزيون الخليج ، العدد ٥ ، ٢ ، ٣ السنة ١٣ ، أكتوبر/ ١٩٩٤) ص: ٤٤ .

(١٥) نادر أبو زيد : أثير النظام الإعلامي الدولي ، ط١ ، القاهرة ، مطابع الأخبار ، (١٩٩٠) ص ص : ٢١٥ ، ٢١٦ .

(١٦) حسين أبو شنب : صوت فلسطين إذاعة تتحدى الحصار ، (القاهرة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ١٠٦ ، ١٠٧ ، يناير/ يونيو ٢٠٠٢ .

(١٧) الهيئة العامة للاستعلامات ، المركز الصحفي الدولي (إحصائيات حول الاعتداءات الإسرائيلية على الصحفيين والمؤسسات الصحفية خلال النضال الأقصى من ٢٩/٩/٢٠٠٢ - ٥/٥/٢٠٠٤) .

(١٨) محمود يوسف: أخلاقيات ممارسة حرية الرأي عبر وسائل الإعلام من منظور إسلامي (القاهرة ، المؤتمر العلمي السنوي السابع لكلية الإعلام - جامعة القاهرة الإعلام وحقوق الإنسان العربي، مايو/ ٢٠٠١) ص ص ٣٨٦ - ٣٨٨ .

(١٩) حسن عماد مكارى: نظرية المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخباري، (القاهرة ، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد التاسع، يوليو/ ١٩٩٣) ص: ٢٢٨ .

(٢٠) أماني فهمي : أثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أثير التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل ، (القاهرة ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس ، يوليو ، ١٩٩٦) ص ص : ٨٥ - ١٢٠ .

(٢١) مهيا الطرايحي : الضغوط والعوامل المؤثرة في نقاء الأخبار ونشرها لدى القائمين بالاتصال في الصحف المصرية، (القاهرة ، مجلة البحوث والدراسات العربية / أعمال المؤتمر العلمي الثالث لقسم الدراسات الإعلامية / الإعلام العربي والمرأة، العدد ٢٦ ، ديسمبر/ ٢٠٠١) ص ص : ٥٥٤ ، ٥٥٥ .

(٢٢) أحمد حسين محمد: معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال في مجال الصحافة البيئية ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد ١٧ ، أكتوبر - ديسمبر / ٢٠٠٢) ص ص : ١٨٤ ، ١٨٥ .

(٢٣) سليمان صالح : مفهوم شرط الضمير ودوره في تحقيق علاقة متوازنة بين الصحفي والمؤسسة الصحفية ، (القاهرة ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس ، يوليو / ١٩٩٦) ص ص : ٢١١ ، ٢١٢ .

(٢٤) عبه أسين شامون : أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ، (القاهرة ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق " ، الجزء الثالث ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة مايو / ٢٠٠٣) ص ص .

- (25) Singletary :M.W.,Caudill, and white Allen, Motives for Ethical Decision-making , Journalism Quarterly, Vol ,67,No.4,Winter1990 pp .gbox, 972
- (26) Voakes,p.s, rights wrongs, and responsibilities: the Supreme Court and the media ( westport ct: Green wood 1997,pp.14-29.

- (27) Hirano, Chaline, Journalistic professionalism in Thailand, paper presented to the 7th international conference on thai studies, Amsterdam 4-8 July 1999( at [http : /www.pscw.uva.nl/icts7/mediahtml](http://www.pscw.uva.nl/icts7/mediahtml)).
- (28) H.Al Anderson , "An Empirical investigation of what social responsibility Means" Journalism Quarterly vol. 55, No,1 Spring 1977,pp ,33- 39.
- (29) Hindman, E.B. Divergence of duty: differences in Legal and Ethical Responsibilities Journal of Mass Media Ethics ,Vol. 14,No. 4, Fall 1999 (at <http://ftviewet.epnet.com>).
- (٣٠) حسين أبو شنب : الإعلام الفلسطيني في مواجهة الأزمات ( القاهرة ، المؤتمر العلمي الرابع للسم الدراسات الإعلامية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، مايو/ ٢٠٠٢ ) .
- (٣١) نقابة الصحفيين الفلسطينيين ( ميثاق الشرف الصحفي ، غزة/ فلسطين ) .
- (٣٢) توفيق أبو عروسة ، نائب نقب الصحفيين بغزة ( مقابلة في مكتبه يوم الاثنين ١٠/٥/٢٠٠٤ ) .



## المعالجة الإخبارية لأحداث العرب على العراق

### في الفضائيات العربية

(دراسة تقويمية)

د. هويدا مصطفى<sup>(١)</sup>

#### مقدمة :

**مكتبة** التغطية الإخبارية للحرب على العراق في الفضائيات العربية والأجنبية على السواء - العديد من الإشكاليات ، وأثارت عديداً من التساؤلات ، ولعل أهم هذه الإشكاليات : العلاقة الوثيقة التي ربطت بين الأداء الإعلامي والتوجهات السياسية ؛ حتى بدا أن الفضائيات قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الواقع السياسي والأهداف السياسية للأطراف المتعاملة ، وللؤثرة على أحداث هذه الحرب التي مارست أدواراً ومستويات متعددة من الاستئصال المباشر وغير المباشر لهذه الفضائيات ، في إطار توجهات العمل السياسي .

وقد أدت هذه الأوضاع إلى بروز إشكالية الحرية والاستقلال في أداء وسائل الإعلام العربية والغربية ، وهي إشكالية واجهتها المخططات الفضائية في الأنظمة الإعلامية المختلفة ، ولكن بدرجات ومستويات متعددة حتى داخل النمط الإعلامي الواحد . فعلى مستوى الإعلام الغربي ( وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية ) من الصعب : القول أن وسائل الإعلام الغربية قد عكست في معالجتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق نمطاً واحداً . وحتى داخل وسائل الإعلام الأمريكية نفسها لم يكن أداء CNN مطابقاً أو متشابهاً مع أداء محطة FOX الأمريكية ، وإن كان النمط الغالب لهذه التغطية قد عكس درجة ما من الارتباط بالتوجهات السياسية والعسكرية في إطار بعض الثقافات التي تحكم الممارسة الإعلامية وقت الأزمات ؛ حيث تقل درجة الخلاف المسموح بها سياسياً وإعلامياً ، فضلاً عن طرد معظم فرق التغطية الإخبارية للمحطات الأمريكية من بغداد أو المناطق الواقعة تحت سيطرة النظام العراقي السابق ، سواء بضغط بعثي أم بأوامر عسكرية من قبل قوات التحالف . كما شكل الإطار

(١) أستاذ مساعد بقسم الإذاعة . كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

## البحسوث

المهني الذي مارست في إطاره فرق المراسلين الغربيين دورها في التغطية الإخبارية للحرب على العراق تخديها من نوع آخر ، ساهم في فقدان هذه التغطية لعنصر التوازن ؛ حيث كانت المناطق التي أتبع لمراسلي المخططات الغربية التحرك فيها بحرية محدودة للغاية ، تمثلت في مناطق الأكراد في الشمال ، أو كمراسلين حربيين في إطار قوات التحالف ، فضلا عن عضوع المراسلين للرقابة المسبقة ، وتقييد أماكن زيارة المواقع العسكرية ، وكذلك إغفال الصور الحية أو تقديمها بصورة متقاة كما ذهب "روبرت فيسك" مراسل "الإنديبنذنت" وأحد أهم الصحفيين الغربيين المتخصصين في شؤون الشرق الأوسط ، حيث أشار إلى أن كلا من شبكة CNN و CBS و ABC قد وافقت على تواجد مسؤولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة أخبار تلك الشبكات في "ولاية أتلانتا" للموافقة على مُسوَّدة تقارير المراسلين قبل إذاعتها أو نشرها .<sup>(١)</sup>

كما أشار "كلايف مايري" مراسل هيئة الإذاعة البريطانية ، أن القوات الأمريكية فرضت على المراسلين الغربيين ارتداء الزي العسكري ، والإقامة الكاملة مع قوات التحالف مما جعل التغطية الإخبارية تقتصر إلى إطار موضوعي يتسم بالدقة والحيدة والتعبير عن وجهات نظر مختلفة ، مما أثار الجسدل حول قيم الاستقلالية والتوازن والموضوعية التي تعد تقاليد راسخة في المجتمعات الديمقراطية<sup>(٢)</sup> حيث أنشأت الولايات المتحدة "مكتب الإعلام الدولي" Office of Global Communications (OGC) في ٢١ يناير ٢٠٠٣ بديلا "لمكتب التأثير الاستراتيجي" Office of Strategic Influence (OSI) الذي استهدف التأثير على توجهات الإعلام الدولي بما يتلاءم وتوجهات السياسة الخارجية الأمريكية ، وهو منوط به تحرير الرسائل الإعلامية التي تستهدف دعم السياسة الخارجية الأمريكية ، ومواجهة حملات الإعلام المضاد التي يشنها النظام العراقي. وقد ذكرت هذه الأوضاع بما حدث في حرب الخليج الثانية حيث عملت الدراسة التي أعدها "مركز الدراسات الإعلامية في جامعة ماساشوسيتس" إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام وانخفاض درجة المعرفة لدى الجمهور بمحققة ما يدور في الحرب . وقد أدى النقص في المعرفة إلى تأييد التدخل العسكري<sup>(٣)</sup> كما أشارت دراسة قامت بها مؤسسة Fairness and Accuracy in Reporting (FAIR) إلى أنه في حرب العراق ، كانت الشبكات التلفزيونية الأمريكية تعبر عن وجهة النظر الرسمية حيث أظهرت الدراسة أن ٦٧% من المصادر الكلية التي اعتمدت عليها هذه الشبكات لتغطية أحداث الحرب على العراق كانت لمسؤولين حاليين أو سابقين ، بينما ارتفعت هذه النسبة إلى ٧٥% للمصادر الأمريكية ، تاركة بذلك مساحة محدودة لوجهات النظر المستقلة<sup>(٤)</sup> .

وعلى الجانب الآخر ، لم يسلم الأداء الإعلامي العربي من هذه الإشكاليات ، حيث أثارت تغطية الفضائيات العربية لأحداث الحرب على العراق قضايا متعددة تتعلق بالأيديولوجيات والتوجهات السياسية والتوازنات السياسية ، وهي إشكاليات لم ترتبط بالأداء الإعلامي الرسمي فحسب ، بل امتد تأثيرها إلى الإعلام غير الرسمي أو المستقل ، على الرغم مما حققته المخطات العربية غير الحكومية من تغطية متميزة مهنية ، بغض النظر عن الحديث عن مدى موضوعيتها واستقلالها المهني .

وفي إطار تقوم أداء الفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق ، انقسمت الآراء بين من اعتبر أن الفضائيات العربية قدمت للملايين المشاهدين العرب ، لأول مرة ، إعلاما غير خاضع لسيطرة الحكومات رغم الضغوط والحرب النفسية والمادية التي تعرضت لها من السلطات الأمريكية ، وبين من وجه انتقادات حادة لهذه الفضائيات و اتهمها بأنها لعبت دورا أساسيا في اضطراب العراق قبل الحرب و بعدها ، عندما حاولت استثمار إحباط الرأي العام العربي ، واستغلاله ماديا وكان اهتمامها وهنؤها هو : كسب الجماهير دون مراعاة للحقيقة<sup>(٢)</sup> .

وعلى الرغم من أن الإطار السياسي الذي عملت فيه المخطات الفضائية العربية كان موافقا لتحقيق تغطية عربية أكثر دقة وموضوعية ، استنادا إلى وجود رأي عام عربي معاد للحرب ومعاد في الوقت نفسه للنظام العربي الرسمي ، إلا أن التغطية الإخبارية للفضائيات العربية لم تستغل هذه المرونة السياسية العربية إزاء تغطية متوازنة و صريحة حيث تعرضت هذه التغطية - لا سيما بعد الأيام الأولى للحرب- للانكماش، كما تراجع مساحة الحرية في وسائل الإعلام العربية سواء بسبب الضغوط الرسمية الأمريكية على الحكومات العربية والانتقادات التي تعرضت لها بعد عرضها لصور الأسرى أم القتلى الأمريكيين أم الآثار المدمرة الناتجة عن القصف في البصرة و المدن العراقية الأخرى<sup>(٣)</sup> . وقد جاءت هذه الانتقادات في الوقت الذي شهدت في الفضائيات العربية زيادة أعداد المخطات الإخبارية العربية - في ظل نظام فضائي عربي متنامٍ بلغ عدد محطاته ما يقرب من مائتي محطة فضائية عربية ، ما بين محطات حكومية و محطات خاصة<sup>(٤)</sup> ، وكذلك التفوق التقني الذي سمح لقناة "الجزيرة" أن تتواجد في كل مناطق العراق التي كانت تحت سيطرة النظام العراقي السابق، أو التي تقع تحت سيطرة المعارضة العراقية، فحققت بذلك درجة من التندية الفنية والتقنية مع الإعلام الغربي ، ولكن تبقى إشكالية حدود الحرية المتاحة للمراسلين في الحصول على المعلومات دون ما يعيق هذه العملية من قيود ، لا سيما مع قيام "بول برعمر" الحاكم للدين الأمريكي للعراق بإصدار ما عرف "بالأمر رقم ١٤ بتاريخ ١٠ يونيو ٢٠٠٣" الذي حدد فيه الأنشطة المخطورة وجزاءات من يخالفها والتي رأى البعض أنها قد أعطت لقوات الحاكم

## البحوث

المدن الأمريكي سلطة استخدام كل الإمكانيات المتاحة لسلطة التحالف للتدخل في نشاطات المنظمات الإعلامية دون إخطار مسبق ، وكذلك الحصول على أية مواد محظورة ومعدات إنتاج وإغلاق المقر الإعلامي<sup>(٨)</sup> .

وفي هذا الإطار ، هناك عدة ملاحظات حول التغطية الإعلامية للحرب على العراق من أهمها :

١- تعميق دور الفضائيات والإنترنت ومحاولة توظيفها للتوظيف الأمثل من جانب كل طرف طبقاً لتوجهاته وأهدافه السياسية .

٢- المبالغة في الخطاب الإعلامي المستخدم، ومحاولة كل طرف تصوير الزاوية كأنه يسير في مصلحته بنفرض استعراض قوته ، و حشد الدعم الشعبي حتى أطلق البعض على بعض جوانب التدخل العسكري الأمريكي البريطاني في العراق " حرب الفضائيات " على اعتبار أن كل طرف كان يحاول إظهار صورة الطرف الآخر بأنه تلقى هزيمة قاسية .

٣- أبرزت الحرب على العراق أن الدعاية والتشويش لا تزال من أهم العناصر خلال الحروب ، ولكن مع خصائص عصر المعلومات ، طرأ تطور جديد وهو: توافر المزيد من فرص التحقق من مختلف أنواع الادعاءات ، وبالتالي أصبح من الصعب الاعتماد على دعاية كاذبة تماما .

٤- اختلاف مستوى المصداقية في الأداء الإعلامي لكل طرف من أطراف الأزمة، فقد استعتمد الجانب العراقي وسائل الإعلام لتوثيق حالات ضحايا الحملة العسكرية وسط المدنيين ، إلا أن تقاريره لم تخل من التأكيدات الكاذبة ، وفي المقابل، تعرضت الجهات الرسمية الأمريكية لانتقادات عنيفة عندما تضاربت تقاريرها مع تلك التي بعث بها المراسلون المرافقون للقوات في الخطوط الأمامية للمعركة .

٥- كانت هناك منافسة في تغطية أحداث الحرب بين مختلف القنوات الفضائية العربية ، مما أحدث توازن مادة متنوعة للمشاهد العربي . ولكن غاب عن هذا التنافس الحرص على تفسير الأحداث وفق رؤية موضوعية بعيدة عن الأساليب الدعائية المباشرة واللغة الحماسية والعاطفية<sup>(٩)</sup> .

وبذلك جسامت الحرب الأمريكية على العراق كدليل على تغير دور وسائل الإعلام في العالم المعاصر من حيث انقلاب المفاهيم التقليدية الخاصة بوظيفة الإعلام في أهم الأحداث السياسية ، حيث أصبحت وسائل الإعلام بدعاً من حرب أفغانستان عنصراً من عناصر الحرب الحديثة ووسيلتها الرئيسية، لأن الرأي العام في كل بلد تأثر بالتغطية الإعلامية بجرى المعارك نفسها ، إضافة إلى دور وسائل الإعلام في الإعداد للحرب وتعبير مشروعيته وضرورتها<sup>(١٠)</sup> .



### مشكلة البحث :

في ضوء ما نصت عليه موانيق الشرف الإعلامية من ضرورة الالتزام بالموضوعية، وتحقيق التوازن والحياد في التغطية الإعلامية لأية قضية ، وفي ضوء ما كشفت عنه كثير من الدراسات من أن هناك أزمة في مصداقية وسائل الإعلام ، و في ضوء ما أثير من جدل بين الباحثين والأكاديميين حول المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية لأحداث الحرب على العراق بين مؤيد ومعارض لسمات هذه التغطية ، سواء من حيث مدى دقتها أم موضوعيتها ومدى توازنها في عرض الأحداث ومدى ارتباط هذه التغطية بالتوجهات السياسية . وفي إطار الجدل الكبير الذي أثير حول تغطية الفضائيات العربية بين الكتاب والمحللين السياسيين والإعلاميين والذي شكل مادة صحفية متباعدة الآراء والاتجاهات ، تكمن مشكلة هذا البحث في الوقوف على سمات المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق من خلال تحليل توجهات هذه المعالجة من واقع الأطر المرجعية التي استندت إليها والمصادر التي اعتمدت عليها والقوى الفاعلة التي ركزت على إبراز دورها في الأحداث ، وكذلك من واقع تحليل اتجاهات المقالات والتحقيقات والآراء التي تناولت الأداء الإعلامي لهذه الفضائيات خلال المراحل المختلفة للحرب على العراق .

### أهداف البحث :

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إطار تحليلي لتقوم أداء القنوات الفضائية العربية على صعيد المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق ، فهناك خلاف كبير بين المثقفين والأكاديميين والسياسيين والإعلاميين، وغتلف فئات قادة الرأي حول موضوعية هذه المعالجة الإخبارية أو انحيازها ، ومدى التزامها بالقواعد المهنية ، وكذلك حول مدى الحرية التي تتمتع بها ، ويزداد هذا الخلاف ، ويصبح بالغ الحدة أحيانا ، في الأحداث الكبرى التي تجذب اهتمام الرأي العام .

وتعد الحرب على العراق آخر هذه الأحداث التي أثارت جدلا واسعا حول أداء القنوات الفضائية العربية خلالها ، فقد اشتد الخلاف بين من رأوا أن المعالجة الإخبارية لهذه القنوات كانت على مستوى رفيع من الأداء المهني ، وبين من اعتبروا هذه المعالجة متحيزة بشكل كامل أو شبه كامل ، سواء إلى النظام العراقي السابق ( قنوات الجزيرة والعربية بصفة خاصة) أم إلى الولايات المتحدة ( الفضائية الكويتية ) .

## البحوث

وتهدف الدراسة إلى تقديم إطار تحليلي لتقويم هذه المعالجة استنادا إلى المقالات والتحقيقات التي نشرت في كثير من المطبوعات العربية والأجنبية التي تناولت الأداء الإخباري لهذه الفضائيات ، خلال فترة الحرب والفترة التالية .

وفي هذا السياق تركز الدراسة على جانبين أساسيين، يركز الجانب الأول على تصنيف الاتجاهات للمتضمنة في هذه المواد بالتركيز على أكثرها إثارة للجدل ( قنوات الجزيرة وأبو ظبي الفضائية والعربية والكويتية واللبنانية LBC ) من خلال تصنيف الاتجاهات إلى ثلاثة اتجاهات رئيسية :

● **أولها :** أشاد بأداء القنوات الفضائية العربية من حيث الكفاءة المهنية والجدية وما حقته من كسر الاحتكار الغربي في النشطة الإخبارية الذي شهدته حرب الخليج الثانية من خلال الاعتماد على شبكة CNN الإخبارية ، مما أبرز قدرة الفضائيات العربية على المنافسة العالمية ؛ حيث أصبحت مصدرا رئيسيا للفضائيات العالمية ووكالات الأنباء ، واستطاعت أن تنقل صورة حية للأحداث ، وكذلك ردود أفعال الرأي العام العالمي من خلال الاعتماد على شبكة من المراسلين المدربين والمزودين بإمكانات تكنولوجية من أقمار صناعية وكاميرات رقمية ، حيث حرصت هذه الم محطات على التزود بأحدث الأجهزة في مجال البث ، فاعتمد المراسلون في "قناة الجزيرة" على أجهزة الكمبيوتر المفكرة المحمولة "لايف بوك سي" والتي تتيح إمكانية الربط مع أجهزة العرض المختلفة ، أو مع الأجهزة التليفزيونية والتواصل مع آلة تسجيل الفيديو الرقمية والمساحات الضوئية والعديد من الأجهزة الطرفية لنقل المعلومات الصوتية والمرئية الرقمية بشكل فوري من أي منطقة من مناطق العالم<sup>(١)</sup> .

● **ثانيها :** هاجم هذا الأداء وأكد افتقاره إلى قواعد المهنة والكفاءة والمصداقية .

● **أما الاتجاه الثالث :** فقد تراوح بين الاتهامين السابقين بأشكال ودرجات متفاوتة .

وقد تم تناول هذه الاتجاهات الثلاث والأسس التي استند عليها كل اتجاه من الاتجاهات السابقة لقياس مدى موضوعيتها ، وتحديد عناصر القوة والضعف في أداء الفضائيات العربية .

أما الجانب الآخر من البحث فيتناول تحليل توجهات التغطية الإعلامية للفضائيات العربية إزاء الأطراف الفاعلة في الأزمة ومدى اختلاف هذه التوجهات باختلاف التوجهات السياسية إزاء هذه الأطراف وذلك من خلال التحليل الكيفي للعناصر التالية :

١- الأطر المرجعية التي استندت إليها الفضائيات العربية ، والإطار الدلالي للمفردات المستخدمة ، ومستويات الخطاب الإعلامي المستخدم .

- ٢- المصادر الإعلامية المحلية والعربية والدولية التي تم الاعتماد عليها في تغطية الأحداث.
- ٣- القوى الفاعلة ، وتتضمن الصفات والأدوار المنسوبة لأطراف الصراع والتي ركزت عليها الفضائيات .

### الإطار النظري للبحث :

يعتمد الإطار النظري لهذا البحث على محاور وأبعاد "نظرية الصراع الدولي" حيث تعد ظاهرة الصراع إحدى الحقائق الثابتة في واقع الإنسان والجماعة البشرية على كافة مستوياتها . وإذا كانت ظاهرة الصراع ظاهرة كلية ، فإن المكونات البنائية لها تشكل ظواهر فرعية ، ومن ثم تعدد جوانب وصور ظاهرة الصراع ، فهناك الصراع النفسي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي<sup>(١٦)</sup> . أما الصراع الدولي فهو ظاهرة عدم التوافق أو التناقض في المصالح والقيم والأهداف القومية بين القوى الفاعلة في النظام الدولي الذي يتميز بجمعية التفاعل بين وحداته المتناقضة في منطلقاتها القيمية والأيدولوجية . وتحول ظاهرة التناقض إلى ظاهرة الصدام عندما تسعى قوة فاعلة للتدخل في شؤون قوة فاعلة أخرى ، سواء تم ذلك في صورة تدخل نظامي أم بفعل سلطات الدولة على شكل عدوان مباشر أو غير مباشر ، وتزداد ظاهرة الصراع انتشارا في المجتمع الدولي كلما اتفقت المجتمع الدولي للشرعية ، وإن كان توافر الشرعية لا يعني بالضرورة اختفاء الصراع الدولي<sup>(١٧)</sup> .

ويعرف الصراع الدولي أيضا بأنه : ذلك التفاعل الناتج عن المواجهة والصدام بين المصالح والمعتقدات السياسية والبرامج وغير ذلك من الكيانات المتنازعة وهو الشق الأنشط والأكثر بروزا في العلاقات الدولية ، في مقابل شقها الآخر المتمثل في التعاون الدولي<sup>(١٨)</sup> .

ويفرق الباحثون في مجال الصراع والسلام بين مفهوم "حل الصراع" Conflict Resolution وبين مفهوم "إدارة الصراع" Reconciliation واستبعاد الخلافات الأساسية في الصراع ، وإزالة مصادر هذه الخلافات . أما إدارة الصراع فهي تعني التحكم أو الحد من أو احتواء الصراع لجعله أقل تدميرا لذلك ، فإن عملية إدارة الصراع ليست بالضرورة عملية لإزالة أسباب الصراع ، إلا أن نجاحها قد يؤدي إلى حل الصراع ، فهي البديل الوحيد لأطراف الصراع لجعله أقل عنفا<sup>(١٩)</sup> .

وتقسم وسائل الإعلام بوظائف معينة من أجل إدارة الصراع ، فمنذ أقدم العصور استخدمت الأداة الإعلامية في نطاق التحرك السياسي الخارجي ، وقد اختلف أسلوب استخدام هذه الأداة تبعاً لدرجة التطور في وسائل الإعلام ، إلا أن السمة الأساسية في الإعلام الخارجي تتمثل في كونه إعلاما

## المبحث

موجهها إلى العدو ، ومن هنا ، كانت السيادة في هذا المجال لأشكال معينة من الإعلام ، كالدعاية والاشاعات والحرب النفسية<sup>(١٦)</sup> .

وعندما تنشعب الأزمات يزداد الاهتمام بالوسائل المختلفة للسياسة الخارجية ، ومنها الإعلام الدولي حيث تتفاعل إمكانات الدولة العسكرية والاقتصادية والسياسية والخصائص السيكلوجية للرأى العام مع الوسيلة الدعاية فتؤثر وتتأثر بها .

وتلعب وسائل الإعلام دورا فعالا في إدارة الصراعات والأزمات من خلال أسلوب معالجتها للحلول المتاحة ، ويمثل هذا الدور في اتقاء وسائل الإعلام للمعلومات الخاصة بالأحداث المؤيدة لأحد الحلول أو للحل الآخر للصراع<sup>(١٧)</sup> .

وبالنسبة للصراعات العربية ، تشير الدراسات إلى أن الأداة الإعلامية كانت من أهم الأدوات التي استخدمت في إدارة الصراعات العربية ، فقد أظهرت الدراسات أن أكثر أدوات الصراع التي تلجأ إليها الدول العربية هي الأداة الدعاية ونسبة تكاد تساوى مجموع نسب الأدوات الأخرى ، وهي : الأداة الاقتصادية والأداة العسكرية والأداة الدبلوماسية .

وقد أشارت الدراسات أيضا إلى بعض مظاهر أزمة الإعلام في إدارة الصراعات الدولية ، التي ارتبطت ببعض الظواهر التي تؤدي إلى زيادة حدة هذه الصراعات ومنها :

١- التطرف الإعلامي والذي يشير إلى انتقالية للقضايا والموضوعات والمواقف والتتابع تبعاً لمصلحة القوى الفاعلة في الأزمة .

٢- المبالغة والتهويل في وصف الأحداث أو في السياق الذي ترد فيه .

٣- التشخيص الإعلامي والذي يركز غمطا معينا في تعامله مع الأحداث والتركيز على الشخوص والزعامات .

٤- التبعية الإعلامية سواء للسلطة السياسية في الداخل أو للنظام الدولي ، وفق علاقات القوى المسيطرة على الأحداث والمعلومات .

٥- تنازع الجماهير والاستحواذ على الرأى العام لتشكيل اتجاهاته ، وفقاً لمصالح القوى الفاعلة في الأزمة أو الصراع<sup>(١٨)</sup> .

وفي إطار الحديث عن نظرية الصراع ودور الإعلام في إدارة هذا الصراع تبرز أهمية بعض المؤلفات التي طرحت مفهوم "حروب المستقبل" و "الحروب الافتراضية" التي يلعب الإعلام فيها دورا بارزا ، حيث تبرز أهمية الحملات الإعلامية الموجهة والتي تستهدف إرباك العدو وتشتت قدراته من خلال توظيف للمعلومات والاتصالات لمساندة الجبهة العسكرية وتحقيق النصر . ومن هنا يصبح للإعلام وظائف ومهام تمثل في التمهيد للحروب وتغطية مراحلها المختلفة ومتابعة تداعياتها وآثارها على كافة الجبهات وهو ما حرص الإعلام الأمريكي طوال مراحل الحرب على العراق الالتزام به حيث مرت المواجهة بين أمريكا والعراق - في إطار أبعاد نظرية إدارة الصراع - بثلاث مراحل تتوازي مع المراحل التي مرت بها العملية السياسية و الدبلوماسية التي هيأت الشعب الأمريكي ، ومن ثم الرأي العام العالمي للحرب .

اتسمت المرحلة الأولى بالتركيز على العراق كدولة عارضة على القانون والإلحاق على ضرورة التزامها بالقرارات الدولية ، وقد نجحت الولايات المتحدة في هذه المرحلة في الحصول على موافقة شبه إجماعية من دول العالم على ضرورة التزام العراق باحترام القانون الدولي وتنفيذ قراراته .

وتتميز المرحلة الثانية بالدفاع عن العراق ، كدولة لا تستطيع الوفاء بمسؤولياتها الدولية بسبب تسلط النظام العراقي على مقاليد الحكم . ولذلك ، تردد اسم القيادة العراقية في أحاديث كبار المسؤولين الأمريكيين في إطار إظهار حرصهم على تنفيذ برنامج النفط مقابل الغذاء مع التشديد بتبذير "صدام حسين" لأموال النفط ، وقد نجح هذا الأسلوب الإعلامي في تحويل اتجاهات الرأي العام والمؤيد لبرنامج النفط مقابل الغذاء من التعاطف مع الشعب العراقي إلى السخط على القيادة العراقية المتسببة في عدم استفادة الشعب العراقي من هذا البرنامج .

وفي المرحلة الثالثة عمدت الولايات المتحدة إلى استخدام أسلوب إعلامي جديد استهدف الفصل بين القيادة العراقية والعراق كدولة ، الأمر الذي أدى إلى اختفاء اسم صدام حسين من التصريحات الأمريكية ، مع الإشارة إليه دون ذكر اسمه والتشديد على ضرورة أن يرحل لأنه أخطأ أسلحة الدمار الشامل مع الحرص على ورود اسم "العراق" كدولة في سياق إيجابي مثل "شعب العراق العريق" أو "العراق ذو الإمكانيات الضخمة" بينما تم التركيز على سلبيات صدام حسين في إطار منفرد ، وقد تحقق لهذا الأسلوب الإعلامي قدر من النجاح الذي حققته الولايات المتحدة في إدارة هذا الصراع<sup>(١٩)</sup> .

تستلج تحليل التوجهات والآراء التي تناولت المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية في تغطيتها

لأحداث الحرب على العراق :

أولاً : تصنيف الاتجاهات والآراء إزاء التغطية الإخبارية لأحداث الحرب على العراق

١- الاتجاه الذي أشاد بأداء الفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق:

اعتمد أصحاب هذا الاتجاه على بعض الأدلة والأسانيد التي تدعم وتشيد بالأداء الإعلامي للفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق من أهمها :

أ- كسر الاحتكار الغربي للتغطية الإعلامية وقت الأزمات :

يرى أصحاب هذا الاتجاه أنه على الرغم من عدم وجود أية ثمار إيجابية في الحرب على العراق ، إلا أن الانتصار الذي حققته الفضائيات العربية هو أنها قد جعلت الصوت الآخر في هذه الحرب مسموعاً للجميع . فعند ١٢ عاماً عندما انفردت CNN بتغطية أحداث حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١ ، لم يكن هناك سوى الصوت والصورة الأمريكية للحرب ، أما في حرب الخليج الثالثة فقد ثبتت مصداقية الفضائيات العربية مثل " الجزيرة " و " أبو ظبي " وغيرها في التغطية الإعلامية ؛ فبعد أن كانت المخططات الأمريكية تنقل عنهما أهم الأحداث والأخبار اختفت علامة هذه القنوات من الشاشات الأمريكية كنوع من تحويل الأنظار عنها بعد أن عرفها المواطن الأمريكي ، واعتاد أن يرى مستوياته تنقل عنها أهم الأحداث كما حدث في " حرب أفغانستان " وبت رسائل " بن لادن " زعيم تنظيم القاعدة والتي غص بها قناة الجزيرة.<sup>(٣٠)</sup>

وبذلك ، فقد أصبحت الفضائيات العربية تعمل بشكل مستقل عن المصادر العالمية الإخبارية ، وصار للفضائيات العربية مراسلون في الخطوط الأمامية للحرب مما أعاد التوازن لعملية التدفق الإخباري ، وصار الإعلام العربي المرئي خلال الحرب مصدراً مهماً للأخبار ، مما أكسبه صبغة ليست إقليمية فحسب ، بل عالمية أيضاً.<sup>(٣١)</sup>

ب- تنافس الإعلام الفضائي العربي وتميزه :

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن المخططات الفضائية العربية تنافست في نقل الحرب ، وتميزت كل قناة في مجال محدد ، كما تميزت في موقفها من هذه الحرب ، حيث دارت معركة تنافسية كبيرة بين ثلاث

قنوات إخبارية عربية بهدف كسب ٣٠٠ مليون مشاهد عربي ، وهذه القنوات هي : ( الجزيرة القطرية ، والعربية ، وقناة أبو ظبي ) وقد استمدت هيئات التحرير في القنوات الثلاث جينا للحدث ، فسجلت قناة "أبو ظبي" حضورا قويا في جنوب العراق ، وأعلنت برنامجا خاصا قبل اندلاع الحرب أطلقت عليه "استوديو الحرب" كما قامت بتغطية مباشرة للأحداث من خلال مجموعة من المراسلين لها في بغداد ، كما حققت سبقا ملحوظا في تسجيل لحظة إطلاق النار الأولى على العراق . وفي اليوم الثاني من الحرب على العراق قامت محطة BBC وشبكة CNN - التي طردت من العراق - وغيرها من القنوات العربية والغربية بنقل الحدث من شاشة "أبو ظبي" ، كما كانت أول قناة تطلق شعار " ساعة الحسم " عند انتهاء المهلة التي منحها الرئيس الأمريكي لصدام حسين لمغادرة العراق في إشارة إلى بداية مرحلة حاسمة في الأزمة العراقية ، كما قدمت أيضا لقطات حصرية لاستسلام جنود عراقيين لقوات التحالف وسجلت السبق أيضا في تقديم برامج تحليلية لتغطية الأحداث.<sup>(٢٢)</sup>

وفي المقابل ، تعددت تقارير قناة الجزيرة " المباشرة " من بغداد وشمال العراق خاصة من الموصل ، وقد أتاح هذا التنافس بين الفضائيات العربية للمشاهد العربي سرعة الحصول على المعلومات بلفته مما وفّر له التعرض لتغطية مختلفة عما يلقاه في قنواته المحلية التي التزمت بالخط الرسمي والتي غصت لرقابة مشددة.<sup>(٢٣)</sup>

#### جـ- الانتشار وتميز الأداء بالمصدالية لدى الجمهور العربي والغربي :

كشفت استطلاعات الرأي التي أجريت حول التغطية الإعلامية لأحداث الحرب على العراق ، عن ارتفاع نسبة تعرض الجمهور العربي والدولي إلى الفضائيات العربية ، حيث احتلت قناة "أبو ظبي" المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات التي تغطي محتابة أحداث الحرب لدى المشاهدين المصريين ، وجاءت قناة الجزيرة في المرتبة الثانية ، بينما انخفض عدد مشاهدي شبكة CNN لأدنى مستوى منذ حرب الخليج الثانية كما أشارت الدراسات إلى أن قناة الجزيرة قد كسبت ٤ ملايين مشترك جديد في أوروبا خلال الحرب على العراق<sup>(٢٤)</sup> ، وأشارت استطلاعات الرأي في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن ٨٠% من الأمريكيين قد لجأوا إلى وسائل إعلام غير أمريكية متابعة لأحداث الحرب بما في ذلك الفضائيات العربية<sup>(٢٥)</sup> .

**د- المحيز الإعلام الأمريكي في تغطية أحداث الحرب على العراق في مقابل تميز أداء الفضائيات العربية بالحرية والموضوعية :**

استند الاتجاه المؤيد لتغطية القنوات الفضائية العربية لأحداث الحرب على العراق إلى تميز أداء هذه الفضائيات بالمصداقية مقارنة بالتحيز الذي اتسمت به التغطية الإخبارية الأمريكية ، فذهب أصحاب هذا الرأي إلى أنه رغم التقارير اليومية عن الحرب المرتقبة على العراق ، لم يسمع الأمريكيون عبر وسائل الإعلام الأمريكية عن حقيقة الحرب، فلم تتطرق هذه الوسائل إلى حجم الخسائر البشرية من الجانب العراقي، وكذلك تدمير البنية التحتية ، فعلى امتداد الفترة من ٢٠٠٣/١/١ إلى ٢٠٠٣/٣/١٢ لم تقدم أى من الشبكات التلفزيونية الأمريكية الرئيسية (ABC , NBC , CBS) أية تفاصيل عن الآثار طويلة المدى للحرب على الأوضاع الإنسانية في العراق ، كما أظهرت دراسة مؤسسة FAIR أنه في الأزمة العراقية كانت الشبكات التلفزيونية الأمريكية تمكس وجهة النظر الرسمية فقط ، مما دفع بأعداد كبيرة من المشاهدين الأمريكيين إلى اللجوء إلى الإنترنت للحصول على معلومات أخرى ، وكذلك إلى بعض الفضائيات العربية التي تنقل على الهواء مباشرة بدون الرقابة المشددة التي فرضتها تغطية شبكة CNN<sup>(٢٦)</sup> وقد استند مؤيدو الفضائيات العربية إلى آراء الكتاب الغربيين للتدليل على المحيز التغطية الأمريكية في مقابل انفتاح الفضائيات العربية على الآراء المختلفة ، ففي مقال بعنوان "دراسة مقارنة بين CNN وقناة الجزيرة" كتب "ريد كوسبي" يقول : "تواصل CNN إحباط مشاهديها في السعودية والمنطقة العربية بتقاريرها المتحيزة ، حيث تركز تحليلاتها وتغطيتها الإخبارية وتقارير مراسليها على تقدم القوات الأمريكية والبريطانية فقط ، بينما تظهر "قناة الجزيرة" ليس فقط الجانب الإنساني من هذه الحرب و لكن مشاهد لا تقدمها CNN أو أية محطة أمريكية أخرى " (٢٧) كما أشار "مايكل مور" محلل الشؤون الأمريكية في محطة BBC إلى أن المحطات التي شنتها الإدارة الأمريكية على قناة الجزيرة منذ أحداث الحرب في أفغانستان لم تحقق النجاح المرجو ، بل اضطرت واشنطن إلى تغيير أسلوبها ، فمنح بعض مسؤوليها أمثال "بول ورايس" ، مقابلات امتنعوا لفترة طويلة عن إحراقها مع هذه القناة ، بل جرى التحديث عن شراء بعض الوقت على قناة الجزيرة لتقديم وجهة النظر الأمريكية تجاه العراق<sup>(٢٨)</sup> .



## ١- تغير أداء الفضائيات العربية بالكفاءة والمهنية :

أشاد أصحاب هذا الاتجاه بأداء القنوات الفضائية العربية التي عملت على تغيير مناخ بيئة العمل الإعلامي العربي الذي كان يتسم بالجمود، وشكل أداء البعض منها مثل "قناة الجزيرة"، أساساً لتحول كبير في عمل الفضائيات العربية، فبدأت تتسج على منوالها القنوات الأخرى، فكانت بذلك دافعا لنوع جديد من القنوات والبرامج تعكس اتجاهات جديدة في السياسات والمواقف، وقد انعكس هذا التميز في أداء الفضائيات العربية أثناء الحرب على العراق من حيث الكفاءة المهنية والجدية حيث لجأت كل محطة إلى اتباع بعض الأساليب المهنية الجاذبة، فلجأت قناة MBC على سبيل المثال إلى أسلوب جديد في نشراتها الإخبارية جمع بين التحقيقات الميدانية والتقارير الإخبارية والتحليل والمقابلات، وبدأت قناة "أوربيت" برنامج على الهواء لاستضافة كبار السياسيين والاعتماد على الأساليب التفاعلية مع الجمهور وولدت "قناة الجزيرة" منابر للنقاش العام والحوار المباشر على الهواء مع الجمهور، وتميزت براسليها الميدانيين الذين يعدون حواء بمنطقة عملهم، وقد أدى ذلك إلى تحول مراسليها إلى نجوم لأول مرة في تاريخ التلفزيونات العربية.<sup>(٢٩)</sup>

## ٢- الاتجاه الذي هاجم أداء الفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق :

استند أصحاب هذا الاتجاه إلى مجموعة من المراتب والأدلة التي تنتقد المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق وكان من أهمها:

### أ - الانحياز إلى الشارع العربي على حساب الحقائق والمعلومات :

أشار أصحاب هذا الاتجاه إلى أن الفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق قد باتت حذرة إلى حد ما ثم اتسمت تغطيتها بالانحياز الشديد إلى الشارع العربي وليس للموقف العراقي أو الاعتبارات المهنية<sup>(٣٠)</sup> ففي معرض التأكيد على هذا الانحياز كتب المحلل السياسي "رامي عورى" عن أوجه الانحياز في القنوات العربية مشيراً "أن الصورة لا يمكن أن تكتمل إلا من خلال مشاهدة قنوات الجناحين: الغربي والعربي، فقد أظهرت الحرب على العراق أن الإعلام الذي يغطيها ليس أحادي الصورة، بل إعلام متعدد الأصوات إلى درجة التنافر أحيانا"<sup>(٣١)</sup>. أيضا تمثل انحياز الفضائيات العربية-وفقا لهذا الاتجاه- في استبعاد رأى المعارضة العراقية، كما أنها بعد سقوط بغداد استمرت في هذا الانحياز باستضافة شخصيات منحازة إلى حد بعيد اعتبر بعضها أن "عملية سقوط مثال صدام حسين هي مسرحية قامت بإعدادها وإخراجها القوات الأمريكية" والبعض الآخر اعتبر سقوط بغداد "مخانة

## البحوث

كبيرة " ، فالفضائيات العربية - كما تنعّب هذه الآراء - "استمرت في الدفاع عن نظام صدام حسين على حساب الشعب العراقي" (٣٢) .

### ب - غياب الموضوعية في أداء الفضائيات العربية :

ذهب أصحاب الاتجاه المناهض لأداء الفضائيات العربية إلى أن الموضوعية - كأحد أهم المعايير العالمية في تقويم أداء وسائل الإعلام بوجه عام - مفهوم غالب في أداء الإعلام العربي بشكل عام ، وذلك لأسباب كثيرة أرجعتها هذه الآراء إلى أسباب سياسية وثقافية ومهنية ، فطبقاً لهذه الآراء لا تعد الموضوعية من التقاليد الإعلامية الراسخة في أداء الإعلام العربي أو حتى الثقافة العربية . وكذلك ، فإن الغالبية العظمى من العاملين في الفضائيات العربية تكونت بحرفهم المهنية في مؤسسات إعلامية حكومية من ناحية ، وليست الموضوعية من المعايير التي يطلبها المشاهد العربي في التغطية الإخبارية خاصة ما يهمه من أحداث من ناحية أخرى ، ولذلك لم تتحقق الموضوعية في أداء الفضائيات العربية على الرغم من التأكيد المستمر في تنويعات الفضائيات العربية على الموضوعية " وعرض الرأي والرأي الآخر " فالعناوين الرئيسية للأحداث في معظم الفضائيات العربية كانت توحى بغير ذلك .

و يضيف أصحاب هذا الاتجاه إلى أنه " إذا كانت القيود على التغطية الموضوعية فرضت في وسائل الإعلام الأمريكية من خلال تحالف بين الإدارة الأمريكية والمؤسسات المالكة لهذه الوسائل ، فإن القيود على الموضوعية في العالم العربي فرضها الغضب العربي وهذه هي المرة الأولى التي يفرض فيها الرأي العام قيوداً على التغطية الإخبارية واستجابت الفضائيات العربية لهذه المطالب " (٣٣) .

### ج - الانحياز إلى معايير الكفاءة والمهنية في أداء الفضائيات العربية :

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن أبرز ما كشفت عنه الحرب على العراق استمرار القصور المهني ، فالتغطية الإخبارية المتزامنة التي قدمتها الفضائيات العربية جاءت في كثير من الأحيان " على حساب دقة التقارير الإخبارية وهي وإن كانت مشكّلة علمية بعد ظهور البث الفضائي المباشر ، إلا أن اختراعات المهنة التي تراكت لدى الفضائيات العربية لم تكن بالمستوى الذي يقلل من الأخطاء والتناقضات أو حتى تقدم تقارير حقيقية " فيشير أصحاب هذا الاتجاه إلى أنه كان هناك إسراف في استخدام تكنولوجيا البث المباشر دون أن يواكب ذلك مستويات مهنية ملائمة لتغطية الحروب .

وقد غفلت الأخطاء المهنية في " سيطرة التحليلات والتفسيرات التي لم تستند إلى الحقائق والمعلومات " وكانت معظم هذه التحليلات تنحيز الجانب العاطفي للمشاهدين بتوجيه النقد إلى الولايات

المتحدة الأمريكية وتجنب تأييد النظام العراقي ، بمعنى آخر تحولت الخدمات الإخبارية لهذه الفضائيات - كما يشير هذا الاتجاه - " إلى خدمة حسب الطلب لتتقرب أكثر من أن تكون صحافة إلكترونية شعبية . لذلك ، فإن الفضائيات العربية لم تكن لتقديم سوى نصف الصورة فقط ، وأضاف أصحاب هذا الاتجاه : " إن الإعلام العربي المرئي كان يتنافس لكسب أكبر عدد من المشاهدين ، وتسابق للحصول على المعلومة بغض النظر عن صحتها مما جعل التنافس للأفضلية أهم من التنافس لإيصال الحقيقة"<sup>(٣٤)</sup> .

#### د- غلبة الإطار الأيديولوجي على أداء الفضائيات العربية :

أشار أصحاب الاتجاه المناهض لأداء الفضائيات العربية في تغطيتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق ، إلى أن تفاعل الفضائيات العربية مع الجمهور العربي قد جاء من منطلق "برجماني لملكها" قناة "الجزيرة" التي حققت شعبية كبيرة في الحرب على أفغانستان ، كانت تتطلع إلى الحفاظ على شعبيتها وقدرتها على التأثير فيما بعد الحرب ، فضلا عن أن التعاطف الواضح مع العراقيين كان يحقق مزايا لدولة قطر التي منحت القوات الأمريكية مقر القيادة المركزية ، أما قناة "العربية" - التي ظهرت قبل بدء العمليات العسكرية على العراق بهدف مواجهة قناة الجزيرة ونفوذها القوي في الشارع العربي - لم يكن أمامها سوى الاستجابة لمطالب الشارع العربي ، الأمر الذي أغضب للمساهمين الكويتيين فقرروا الانسحاب . وكذلك ظهرت قناة " أبو ظبي " ضمن القنوات الأكثر مشاهدة أثناء الحرب ولم يكن عيارها بعيدا عن عيار القناتين السابقتين "<sup>(٣٥)</sup> .

كما أضاف أصحاب هذا الاتجاه أن الفضائيات العربية " قد أرحأت للهنية لتفسح المجال أمام استثارة عواطف الجمهور العربي "<sup>(٣٦)</sup> .

#### هـ- لجوء الفضائيات العربية إلى المبالغة و التضخيم :

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الإعلام الفضائي العربي في الحرب على العراق قد اتسم بالتعجل واللجوء إلى المبالغة ، والتميز الحماسية على حساب للمعلومة والحقيقة ، وأضاف أصحاب هذا الاتجاه إلى وجود فجوة كبيرة بين الإعلام الفضائي العالي والأمريكي من ناحية ، والإعلام الفضائي العربي الذي "كان إعلاما موجها ومثوليا حيث تحولت نشرة الأخبار عن مهمتها في نقل الأخبار والمعلومات دون تدخل ودون انتقائية ، إلى عصب حماسية تخلط بين الرغبات الشخصية وبين الحقيقة "<sup>(٣٧)</sup> .

## و- اتباع الفضائيات العربية لإستراتيجية الخداع الإعلامي والإعلام المضاد :

وفقا لآراء أصحاب الاتجاه المناهض لأداء الفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق ، فإن هذه الفضائيات "قد انسأقت وراء ما استخدمه الإعلام الأمريكي في الحرب على العراق مسن كافة أساليب ما يسمى بالدعاية المعادية والخداع الإعلامي ، فتبنت الشائعات ومنها ما بثته قناة الجزيرة" عن انضمام رئيس الأركان العراقي السابق إلى القيادة الأمريكية في قطر ، كما أعلنت قناة العربية - في هذا السياق - عن استيلاء القوات الأمريكية على محطات الإذاعة العراقية ، وفي اليوم الثالث للحرب بثت قناة الجزيرة شائعة مفادها أن القوات الأمريكية تختبر القنبلة B في العراق ، وهذا النوع نفسه من الشائعات بثته "قناة أبو ظبي" في اليوم الرابع من الحرب ، وكانت عن استسلام الفرقة ٥١ مشاة ميكانيكا العراقية ، كما بثت قناة الجزيرة عديداً من الشائعات التعموية للرأى العام العراقي لإمكانة تعديل اتجاهاته مثل مقتل نائب الرئيس العراقي ، ونائب رئيس مجلس قيادة الثورة ، إلى جانب شائعة هروب أسد كبرى من القادة والجنود العراقيين ، وقد جاء تبني الفضائيات العربية لهذه الشائعات على حساب المصدقية والموضوعية<sup>(٣٨)</sup> .

كما أشار أصحاب هذا الاتجاه أيضا إلى اعتماد أداء الفضائيات العربية على أسلوب "الإعلام المضاد" ، ومن أمثلة ذلك إصرار قناة الجزيرة "على استمرار الاشتباكات حول " ميناء أم قصر " بعد إعلان قوات التحالف عن سقوط هذا الميناء ، وعلى خلاف ما بثته قنوات التلفزيون الأخرى من أن المنشآت المستهدفة كانت منشآت عسكرية فقط ، بثت القناة أخبارا عن استهداف مواقع مدنية ولم تستطع إثبات صحة ذلك<sup>(٣٩)</sup> .

وبذلك فقد أحدثت الفضائيات العربية - وفقا لهذا الاتجاه - تخمة إعلامية تخاطب العواطف وتعتمد على الإثارة إلى جانب الاعتماد على الشائعات التعموية لاكساب الرأى العام العراقي عديداً من السلوكيات والاتجاهات المضادة للنظام والقيادة العراقية<sup>(٤٠)</sup> .

### ٣- الاتجاه الذي تراوح بين الإشادة بأداء الفضائيات العربية وبين نقد هذا الأداء:

تراوح هذا الاتجاه بين النقد والإشادة بدرجات متفاوتة وقد استند أصحاب هذا الاتجاه في موقفهم الوسطى إلى النقاط التالية :

أ- نجاح الفضائيات في الظهور بمستوى مهين جيد ، من حيث الفورية في نقل الأخبار وتحليل الأحداث وتنمية الوعي الجماهيري من خلال الحوارات واللقاءات التي أجراها مع متخصصين في كافة المجالات وبمباحثها في أن تكون في قلب الأحداث من خلال مراسليها في موقع الحدث ، إلا أنها قدمت المرر للولايات المتحدة في حربها على العراق من خلال بثها مشاهد سقوط بغداد بما نقلته من صور إسقاط تماثيل صدام حسين وصور الفوضى ، وعمليات السلب والنهب والفرقة الغامسة بسقوط صدام حسين ، مما أعطى انطباعا لدى الرأي العام العالمي بأن المهدف من الحملة العسكرية على العراق هو "تحرير الشعب العراقي" من النظام العراقي .

ب- تطور أسلوب تغطية الأحداث باستخدام الأساليب التقنية الحديثة ، مع الحرص على نقل كل ما يحدث دون تأخير عبر الأقمار الصناعية ، وتقدم تغطية إخبارية متواصلة واستقطاب الممثلين والمتخصصين ، إلا أن هذا الحماس قد تراجع بعد سقوط بغداد ، وكذلك تراجعت التغطية المباشرة وعمدت الفضائيات العربية إلى النقل عن مصادر وكالات أنباء أجنبية ، كما تراجعت الصورة الحية التي كانت تتابع أحداث الحرب بشكل مباشر .

ج- استغلال بعض الفضائيات لاختلاف الآراء والمواقف تجاه الحرب على العراق ، لتشير إلى قضايا ومشاكل عربية داخلية مما أدى إلى إثارة الحروب النفسية والاجتماعية إلى جانب الحروب التي بدأت بها أجهزة الإعلام الغربية .

د - كثافة تركيز القنوات الفضائية العربية على أحداث الحرب على العراق وبمباحثها في تحقيق السبق الصحفي في كثير من الأحداث ، ولكن جاء ذلك على حساب اهتمامها ببعض القضايا العربية الأخرى وفي مقدمتها الانتفاضة الفلسطينية<sup>(١)</sup> .

ثانياً : تحليل توجهات المعالجة الإخبارية للفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحروب على

العراق :

من خلال رصد وتحليل مضمون المعالجة الإخبارية للحرب على العراق ، يتضح أن التغطية الإخبارية لأحداث الحرب على العراق قد تمت من خلال ثلاثة محاور رئيسية :

١- المؤتمرات الصحفية التي كان يقدّمها وزير الإعلام العراقي والمسؤولون العراقيون من ناحية ، والمسؤولون العسكريون الأمريكيون والبريطانيون من مركز قيادة قوات الغزو في قطر من ناحية أخرى .

٢- خطاب الرؤساء ونوابهم من الجانب العراقي ومن جانب قوات التحالف .

٣- تغطية الصحف والفضائيات العربية والعالمية وشبكة الإنترنت لأحداث الحرب والتي تمت في سياق تنافسي يعكس المصالح المتناقضة لأطراف الصراع .

ويلاحظ أن إعلام الحرب على العراق قد انقسم إلى تيارين ، يمثل التيار الأول إعلام دول الحلفاء وفي مقدمتها الإعلام الأمريكي والإعلام البريطاني الذي سمح بهامش من النقد يناهض الحرب ، ويتوأكب مع هذا التيار النقدي ، قدر من التعددية النقدية في الإعلام العربي الذي أظهر تأييداً ملحوظاً للشعب العراقي .

وقد اقترنت نسبة كبيرة من وسائل الإعلام العربية بمعالجتها للحرب من تيار الإعلام الأوروبي المناهض للحرب مع اختلاف الأولويات ، مع ملاحظة أن الإعلام الخليجي في معظمه ( خصوصاً الإعلام الرسمي ) كان يتبنى وجهة النظر الموالية لتوجهات الإعلام الأنجلو أمريكي .

وعلى الرغم من اختلاف وجهات النظر حول تقويم أداء الإعلام العربي في تغطية أحداث الحرب على العراق ، إلا أن الحقيقة الأكثر بروزاً هي أن الأزمة العراقية الأخيرة والتي انتهت بالحرب على العراق واحتلاله ، كانت سبباً رئيسياً في تعميق أهمية دور وسائل الإعلام المرئية وتحديد الفضائيات منها .

وقبل الحديث عن توجهات الإعلام الفضائي العربي في تغطيته ومعالجته لأحداث الحرب على العراق ، لابد من الإشارة إلى بعض للملاحظات المهمة التي أوردتها المجلون والخبراء الإعلاميون

والسياسيون في سياق دراسة للناخ والإطسار الذي مورست فيه هذه التغطية الإخبارية والتي جاء من أهمها :

١ - عكست الحرب على العراق تداخلا بين مفهومين هما : "الحرب الفعلية" و "الحرب الفعلية" أو بصياغة أخرى ، الحرب الميدانية والحرب الإعلامية ، حيث اتسمت التغطية الإعلامية للحرب على العراق بكثافة غير متعادلة وتلقى غير مسبوق للأخبار والتقارير والصور والتعليقات ، كما ظهرت في هذه الحرب تكنولوجيا متطورة جعلت منها حدثا بصريا وتكنولوجيا له خصوصيته المميزة ، كما أنها كانت من أكثر الحروب التي استخدم فيها التضليل الإعلامي من خلال الانتقالية الشديدة للأخبار من الطرفين : ( الأمريكي والعراقي ) وفي هذا الإطار مارست الفضائيات العربية تغطيتها الإخبارية<sup>(٢٢)</sup>.

٢- تأكيد الدراسات الإعلامية أن ٣٠% من التصرّجات الإعلامية وقت الحروب تكون مضللة كجزء أساسي من الحرب النفسية ، ويؤكد ذلك سماح القوات الأمريكية لقنوات محددة بتغطية أحداث الحرب وتوصيل رسائل معينة ، ويوضح ذلك من خلال ما تقوم به CNN حيث يقوم بحبر عسكري أمريكي - داخل المكتب الرئيسي لشبكة أتلانتا في ولاية جورجيا - باعتبار وتقييم الأخبار التي يتم بثها<sup>(٢٣)</sup>.

٣ - أثبتت متابعة الأداء الإعلامي وقت الحروب والأزمات ، وكذلك أحداث الحرب على العراق أنه كلما تعددت المصادر زادت إمكانية إتاحة الفرصة للجمهور للحصول على المعلومات .. لكن في الوقت نفسه تقل إمكانية التحقق من المعلومات نتيجة التضارب بين هذه المصادر .

٤ - على الرغم من امتلاك التلفزيون تكنولوجيا فائقة التطور والتقدم تمكنه من التغطية الشاملة والدقيقة لأي حدث ، إلا أن التغطية للحرب على العراق لم تعكس هذا التثاق ؛ فكان هناك نقص شديد في نوعية المعلومات وتكرارها وعرضها بدون تدقيق أو تمحيص حرصا على التدقيق المستمر والمباشر للأخبار . لذلك ، شهدت الأيام الأولى للحرب العديد من المعلومات المتناقضة التي قدمتها وسائل الإعلام على كافة مستوياتها دون تدقيق .

أما عن أداء الفضائيات العربية فإن تحليل هذه التوجهات قد ارتبط ببعض الحقائق المهمة منها :

١- أن مفهوم الإعلام العربي ينصرف إلى وسائل الإعلام الناطقة بالعربية والملوكة أو المدارة من قبل جهات عربية رسمية أو غير رسمية . وبالتالي ، فالمفهوم ليست له أبعاد أخرى مشتركة سياسية أو

## المبحث

أبيولوجية ، أو وسائل إعلام تنبئ رؤية مشتركة أو لها مواقف مشتركة أو بينها مفردات ومصطلحات مشتركة .

٢- أهمية التفرقة بين وسائل الإعلام العربية حسب طبيعتها : " مرئي ، مسموع ، مقروء ، فضلا عن المواقع الإخبارية على الإنترنت " .

٣- أهمية التفرقة بين وسائل الإعلام العربية حسب الجهة التي تملكها أو تتولى إدارتها ، ومن ثمة ، يكون التمييز بين وسائل إعلام رسمية مملوكة بالكامل للدولة ووسائل إعلام خاصة ، تدار من قبل جهات مستقلة لحساب جهة رسمية<sup>(٤٥)</sup> .

٤- كان هناك عديد من العوامل التي ساهمت في ارتقاء الإعلام العربي منها : توفر تقنيات متطورة للتواصل مع المراسلين ، ووجود اهتمام غير مسبوق في الوطن العربي بالفضائيات ، واستثمار في المصاحبات الإعلامية مع وجود واقع عرض وطلب إعلامي من خلال الحرب أدى إلى تدفق سيل كبير من الأخبار والمعلومات يقابله طلب كبير لاستهلاك هذه الأخبار ، خاصة ألما تنور في أرض عربية شهدت أحداثا وأزمات مشاهة جعلت لدى هذه الفضائيات خبرة وممارسة وعلى رأسها الحرب في أفغانستان ، يضاف إلى ذلك غياب موقف رسمي عربي فعال تجاه الحرب على العراق ؛ مما أوجد فراغا سياسيا أتاح للفضائيات العربية ميدانا خصبا للعمل<sup>(٤٦)</sup> .

وبالنظر إلى الأداء الإعلامي العربي في مجمله ، يلاحظ أن الانجلاء العام للأداء كان محكما بالموقف السياسي للدولة بصفة عامة ، وإن كانت بعض المحطات العربية قد عمدت إلى تنطية الموقف السياسي باعتبارات من الحرفية و الموضوعية .

فوسائل الإعلام العربية التي أيدت العمل العسكري الأمريكي ضد العراق ، اتخذت موقفا واضحا في تأييد الحرب الأمريكية البريطانية على العراق ، وإن عملت على الفصل بين النظام العراقي وشعب العراق ، وعملت في الوقت نفسه على شن حملات إعلامية ضد الدول والجهات التي اتخذت موقفا معاكسا لها ، وجرى في هذا السياق توجيه اللامات بالعمالة والحصول على رشوى من النظام العراقي السابق إلى وسائل الإعلام التي كانت تتخذ موقفا مختلفا عن موقفها .

والأمر نفسه يمكن تسجيله بالنسبة للجهات التي عارضت العدوان على العراق ، فقد اتخذت موقفا واضحا في معارضة أى عدوان عسكري ضد العراق وشتت حملة ضد الجهات ووسائل الإعلام التي اتخذت موقفا مغايرا لموقفها .



أما وسائل الإعلام العربية التي اتخذت موقفاً يمثل في المعارضة الرسمية لضرب العراق ، مع تقديم التسهيلات العملية للعمل العسكري ، فقد مالت إلى تغطية هذا الموقف على نحو يعكس هذه الازدواجية ، في حين كانت عمليات دعم ومساندة وتأييد العمل العسكري الأمريكي تجري على أرض الواقع ، عمدت وسائل الإعلام التابعة لهذه الدول إلى اتخاذ مواقف معارضة للعنوان العسكري على العراق<sup>(٤٦)</sup> .

وفي هذا الإطار ، ظهر جلياً أن هناك حالة من الانقسام ، بل والتضاد بين وسائل الإعلام العربية فيما يتعلق بالموقف من العراق ، وقد أدى التفاعل ما بين التوجهات السياسية والإعلامية ، ورغبة بعض الدول العربية في التغطية على مواقفها الداعمة للحرب على العراق ، إلى إحداث اضطراب لدى الجمهور العربي ، فالفضائيات العربية مالت إلى تقديم جزء من المشاهد التي تؤكد وجهات نظرها وتوجهاتها السياسية .

#### ١ - الأطر المرجعية التي استعملتها الفضائيات العربية في معالجتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق:

##### بالنسبة للإطار الدلالي للمفردات المستخدمة :

عكست التغطية الإخبارية للفضائيات العربية توجهات والتحيزات مختلفة تجاه الأحداث طبقاً لتوجهات السياسة اتبعتها في المفردات المستخدمة والإطار الدلالي الذي سبقت فيه هذه المفردات وذلك بدءاً من تسمية الحرب والتي كشفت عن هذه التوجهات ، فكل وسيلة قد اختارت منذ البداية نوع التحيزها باختيار الاسم الذي أطلقته على الحرب ، فاختارت قناة الجزيرة تسمية " الحرب على العراق " وهى التسمية التي كانت أكثر انتشاراً في وسائل الإعلام العربية ، واختارت محطة LBC تسمية " حرب على العراق " بينما اختارت " قناة العربية " تسمية " حرب الخليج الثالثة " التي تأخذ مسافة أبعد عن العراق وتظهر حيادية تستدعي التاريخ فبدت بعيدة عن توجهات الرأي العام العربي الذي رأى أن هذه الحرب تعد عدواناً سافراً ، بينما أطلقت " قناة أبو ظبي " تسمية " الحرب " وفي قناة المنارة عبرت التسمية عن نبرة أعلى من الرفض والإدانة حيث أطلقت على الحرب " العدوان الأمريكي " أما " قناة المستقبل " فاختارت عنواناً مثل " العراق في مهب العاصفة " أما التلفزيون الأردني فقد بدأ بتسمية " الحرب في العراق " ولكن بعد بضعة أيام ومع تصاعد الحماس العاطفي للجمهور تبدلت هذه التسمية لتصبح " الحرب على العراق " كما لجأ " التلفزيون الأردني " إلى تعديل بعض المفردات في المضمون

## البحوث

الإخباري واستخدم لأول مرة مصطلح "الغزو" والإدانة لما يلحقه القصف من دمار ولفظ "شهداء" مدنيين، فالوقوف السياسي الأردن بدأ بلفة إعلامية متحفظة لا ترغب في التورط ، في ضوء التقدير لمركبة كان يظن أنها معركة قصيرة وانحيار سريع للنظام العراقي ، لكن امتداد المركبة فرض تعديلا على اللغة والمفردات المستعملة<sup>(٤٧)</sup> .

وقد سبقت كل قناة مورثها في اختيار هذه التسميات التي أثارت تساؤلا حول مرجعية هذه التسميات وما تعكسه من توجهات وإطار دلالي قد يعكس توجهها سياسيا أو توجهها مهتيا . فبالنسبة إلى " قساة العربية " - وفقا للمعرويات التي ساقها مسئولو هذه القناة - كانت تسمية الحرب " بحرب الخليج الثالثة " يوحى بتسلسل حروب في إطار جغرافي، فحرب الخليج الأولى دارت بين العراق وإيران، وحرب الخليج الثانية وقعت عند احتلال العراق للكويت ، وحرب الخليج الثالثة هي حرب الولايات المتحدة على العراق وبذلك لم يكن هناك إطار أيديولوجي وراء هذه التسمية بقدر ما كان سياق المضمون هو الدافع الأساسي وراء هذه التسمية ، أما تسمية الحرب في " قناة أبو ظبي " فقد عكست توجهها محايدا كما يلعب مسئولو القناة حيث أرادوا أن يسموا الأشياء بمسمياتها " فلا تحمل التسمية ما لا تحتمل ، وقد تأتي المواقف فيما بعد، فمصطلح الحرب هو صالح في بداية الحدث ، وصالح إلى أن تنتهي الحرب"<sup>(٤٨)</sup> .

عمدت الفضائيات العربية التي اتخذت موقفا مؤيدا للعراق - بصرف النظر عن دوافع هذا الموقف- إلى نقل كل ما من شأنه أن يطمئن المشاهد العربي بأن العراق سيكون "مقبرة الغزاة" ، ومن ثمة فقد كانت الحرب بالنسبة لهم " عنوانا أمريكيا بريطانيا على العراق " يرمى إلى احتلال هذا البلد العربي ونهب ثرواته .

أما الفضائيات التي اتخذت موقفا مغايرا ، فقد عمدت إلى نقل صور ومشاهد تؤكد قرب نهاية النظام العراقي ، وتطلع الشعب العراقي إلى التخلص من نظام " صدام حسين " ولذلك استعملت مفردات لوصف الحرب بأنها "حرب تحرير العراق"<sup>(٤٩)</sup> .

كما استجابت بعض الفضائيات لتوجهات الرأي العام العربي مما عرض بعضها للارتباك منها "قناة العربية" التي استعملت في بداية الحرب على العراق كلمة " قتل " عراقي و " قتل " عراقين .. لكن عندما لاحظت أن المشاهد العربي يريد مصطلح شهيد وشهداء قامت بتغيير هذه المصطلحات ، وفي المقابل لم يتردد التلفزيون السوري - منذ بدء الحرب - في وصف "عدوان" و "معتدين" على الحرب ، وانحاز إلى الجانب العراقي في التغطية وتوضيح الصورة للمشاهد العربي<sup>(٥٠)</sup> .

وبذلك ، كشف تحليل توجهات تغطية الفضائيات العربية في وصفها للحدث (الحرب على العراق) عن وجود تضارب في توصيف الحرب وفق التوجه السياسي للبلد الذي يمتلك الوسيلة ، فالخرب لدى البعض كانت " غزو وعدوان غير قانوني " ، ولدى البعض الآخر " تحرير لشعب العراق " وبذلك افتقدت الفضائيات العربية الكثير من المصداقية والموضوعية عندما اختلفت في توصيف الحرب .

وفي إطار التحليل الدلالي للمفردات المستخدمة والتي ركزت عليها الفضائيات العربية ذهبت بعض الدراسات إلى تأكيد استخدام الفضائيات العربية لإطار دلالي للمفردات يمس الصورة الذهنية للطلقة للواقع . مما يعني عدم سعي هذه القنوات إلى تقديم صور ذهنية بعيدة عن الواقع ، ففي إطار تحليل الإطار الدلالي للمفردات التي استخدمتها " قناة الجزيرة " على سبيل المثال ، أشارت إحدى الدراسات إلى أن أكثر المفردات استخداماً هي ( أمريكا ، العراق ، صدام حسين ، يوش ، الأمم المتحدة ، النظم العربية ، المرأة العراقية ، كولن باول ، الشيعة ) وفي الوقت الذي كان الإطار الدلالي الغالب للمفردات (العراق ، الشيعة ، المرأة العراقية ، الشعب العراقي) إيجابياً ، فقد كان الإطار الدلالي لبقية المفردات سلبياً - في أغلب الأوقات - وهو ما يؤكد - طبقاً لهذه الدراسة - سعي القناة إلى نقل الصورة الذهنية لهذه المفردات كما هي في الواقع دون تحيز أو تلوين<sup>(١١)</sup> .

### بالنسبة للخطاب الإعلامي :

كشف التحليل عن قدر كبير من المبالغة في الخطاب الإعلامي الذي استخدمته الفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق .

ففي وصف سير العمليات العسكرية ، لجأت الفضائيات التابعة للدول أو الجهات التي كانت تساند الموقف العراقي إلى الاستغراق في الحديث عن القدرات العسكرية العراقية والصمود الكبير والمفاجآت التي يعدها "صدام حسين" لقوات التحالف ، كما استعانت بالمؤتمرات الصحفية لوزير الإعلام العراقي التي كانت تتحدث عن إبادة الآلاف من قوات التحالف .

أما الفضائيات العربية التي كانت تبين الاتجاه المقابل ، فقد ركزت على " الانهيار الكبير " في القوات العراقية وعن قرب دخول بغداد ونهاية عصر " الطاغية العراقي " . وقد أدت هذه التناقضات إلى اضطراب الرأي العام العربي ، لا سيما ما أطلقتته الفضائيات المؤيدة للموقف العراقي من تأكيدات عن القدرات العراقية الضعيفة وعن الانتصارات المتتالية التي تحققها هذه القوات على "الغزاة" كما كانت تطلق على قوات التحالف . فقد تضخم هذا الخطاب إلى درجة توليد تطلعات - نابعة من أمان لدى

## البحوث

قطاعات واسعة من الرأي العام العربي - بأن العراق سوف يكسب هذه الحرب ، وشارك في تأكيد هذه الاستنتاجات وتغذية هذه التطلعات عدد من الخبراء العسكريين الذين استضافتهم الفضائيات المؤيدة للنظام العراقي لتحليل سير العمليات العسكرية ، والذين استخدموا بعض الأرقام والإحصاءات السيئة أعطت مصداقية لتحليلاتهم العسكرية ، وساعدت هذه التحليلات على إحداث صدمة لدى المشاهد العربي بعد سقوط بغداد واستسلام القوات العراقية ومتابعة قسوة المشاهد اليومية للحياة داخل العراق ، التي لم يتح للفضائيات العربية تناولها في ظل النظام العراقي السابق<sup>(٤٢)</sup> .

### تقوم أداء الفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق :

في إطار عرض تصنيف الاتجاهات المختلفة التي تناولت بالرصد والتحليل أداء الفضائيات العربية ومعالجتها الإخبارية لأحداث الحرب على العراق ، وفي إطار تحليل توجهات هذه المعالجة من حيث المفردات المستخدمة والأطر الدلالية والسياق الذي استخدمت فيه هذه المفردات بما يعكس توجهات الفضائيات العربية إزاء الأحداث والأطراف الفاعلة فيها ، يمكن وضع إطار تحليلي لتقوم أداء الفضائيات العربية يأخذ في الاعتبار بعض الظواهر السياسية والإعلامية والثقافية والمهنية أيضا التي مثلت المناخ الذي مارست في إطاره هذه الفضائيات مهمتها ووظيفتها الإعلامية في تغطية الأحداث .

فقد أبرزت التغطية الإخبارية للفضائيات العربية عدة ظواهر تمثل إطارا لتقوم هذا الأداء ، ربما يأتي في مقدمتها الإطار أو المناخ السياسي الذي مارست فيه الفضائيات العربية دورها في التغطية الإخبارية للحرب على العراق والذي يمتد جنوره وتأثيره إلى بداية أزمة الخليج ، حيث أدت حالة الانقسام الرسمي والشعبي تجاه تداعيات الأزمة العراقية في مطلع التسعينيات إلى بروز أهمية وسائل الإعلام كقناة من قنوات الاتصال السياسي والثقافي على المستوى العربي ، وكشفت الحرب عن أهمية الشارع السياسي العربي وأصبح من المهم بالنسبة إلى عديد من الحكومات العربية البحث عن وسائل لمحااطة العرب عبر الحدود ، كان هذا العامل هو السبب الرئيسي في تزايد عدد القنوات بدءا "بالفضائية المصرية" ثم مركز "تلفزيون الشرق الأوسط" حتى أصبحت الفضائيات العربية رمزا جديدا من رموز الدولة العربية .

وبذلك ، كانت دوافع انتشار الفضائيات العربية سياسية إلى حد بعيد ، الأمر الذي لا يضع حدودا فاصلة بين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة ، ثم جاءت أوضاع حرب العراق مشاهة تماما للوضع من قبل (حرب الخليج الثانية) أي التباين الشديد بين المواقف الرسمية والشعبية مع فارق ملحوظ وهو أن الرأي العام العربي - الذي أرادت الحكومات العربية التأثير عليه عبر ما أنشأتها من قنوات

فضائية - تحول إلى قوة مؤثرة في تحديد سياسات تغطية الحرب ، فأصبح الجمهور هو الذى يفرض ضغطا كبيرا في ضوء المنافسة الشديدة بين القنوات والمواقف العربية على السواء فلحات الفضائيات إلى تقدم ما يرضى هذا الضغط الشعبى .

ومثل ظاهرة أخرى في تقويم أداء الفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق تتمثل في الفرق الكبير بين عرض الخدمة وحجم المادة المتوفرة ، حيث سمعت الفضائيات العربية إمكاناتها المختلفة لتوافر تغطية مستمرة على مدار الساعة لحدث جذب انتباه العالم كله ، لكن حجم المادة المتوافرة كان متواضع القيمة ؛ فالإعلام المكثف غير المسبوق قدم جانبها محدودا من الصورة ، فهذا الحشد الإعلامى لم يشهد أو يتقبل شيئا ، فالمراسل لم يكن لديه معلومات بالثورة العاملة في وسائل الإعلام وهذا الزعم غير المسبوق كما ونوعا لم يتج تجل الصورة الحقيقية للحرب . كما تمثل الظواهر الأخرى في مدى التزام الفضائيات العربية بمعايير المصداقية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق من زاوية ( الموضوعية والهنية ) .

#### بالنسبة للموضوعية :

تعتبر الموضوعية أحد أهم المعايير العالمية في تقويم أداء وسائل الإعلام بوجه عام ، وإذا كانت الموضوعية تنتمي للصحافة الإنجلوسكسونية عندما بدأها "ويستر" بالفصل بين مقالات الرأى وبين الأخبار في القرن ١٩ إلا أنها أصبحت - لأسباب عديدة - معيارا عالميا يحظى بقدرة عال من القبول ، بمعنى الفصل بين الرأى والحقيقة والحرص على النزاهة والدقة بهدف تأكيد مصداقية وسائل الإعلام<sup>(٢)</sup> ولكن هذا المفهوم تعرض للانهيار في تغطية الحرب على العراق ، سواء من جانب الفضائيات العربية أم وسائل الإعلام العالمية مع تباين واضح في الأسباب الداعية إلى ذلك ، فالأزمة مع العراق منذ بدايتها كانت مشيرة للحد والالتزام على الصعيدين : العربى والعالمى رسميا وشعبيا ، مما أوجد حالة من الاستقطاب في أداء وسائل الإعلام تجاه الأزمة منذ بدايتها .

وفي العالم العربى كانت الموضوعية مفهوما غالبا لأسباب كثيرة بعضها سياسى وبعضها ثقافى والبعض الآخر مهين ، فإذا كانت القيود المفروضة على وسائل الإعلام ترتبط غالبا بالتوجهات الرسمية ، فإن هذا الأمر قد اختلف في تغطية أحداث الحرب على العراق ، حيث مثل الغضب الشعبى أحد القيود المهمة على موضوعية الفضائيات العربية في تغطيتها للأحداث ، وكانت الاستجابة لمطلب الرأى العام العربى هو الخيار الأول لمعظم هذه الفضائيات مما أفقد تغطيتها الإخبارية عنصري التوازن والموضوعية .

## البحوث

أسما المنصر الآخر الموثور في تقويم أداء الفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق فيستلحق بالمهنية في أداء الفضائيات العربية، والذي شهد قفزات واسعة مع اندلاع أحداث الحرب على العراق ، حيث تطور شكل التغطية الإخبارية العربية وتضائل الاعتماد على المصادر الخارجية وظهرت قوالب وفنون التحليل الإخباري والتغطية الواسعة من المراسلين المتخصصين ، ولكن على الرغم من هذا التطور في الكفاءة المهنية واجهت الفضائيات العربية مشكلتين من هذه الزاوية :

**المشكلة الأولى :** أن التغطية الإخبارية المتزامنة كانت في كثير من الأحوال على دقة التقارير الإخبارية ، وهي وإن كانت مشكلة عالمية بعد ظهور البث الفضائي المباشر ، إلا أن الخثرات المهنية التي تراكت لدى الفضائيات العربية لم تكن بالمستوى الذي يقلل من الأخطاء والتناقضات ، أو حتى تقدم تقارير حقيقية ، فوجود المراسلين على الهواء مباشرة من المدن العراقية وواشنطن و لندن في وقت واحد لم يكن - كما يذهب البعض - سوى استثمار لقدرات تكنولوجية أكثر منه استثمارا للقدرات المهنية، فكان من الواضح وجود إصراف في استخدام البث المباشر دون أن يواكب ذلك مستويات مهنية ملائمة لتغطية الحروب .

أما المشكلة الثانية : فتمثلت في امتداد ساعات البث في ظل القيود التي فرضت على المعلومات مما أدى إلى سيطرة مزيج من التحليلات و التفسيرات التي لا تستند إلى حقائق أو معلومات دقيقة ، وكان يغلب على كثير من هذه التحليلات استقطاب عواطف المشاهدين بتوجيه النقد إلى الولايات المتحدة الأمريكية وتجنب تأييد النظام العراقي ، كما سيطرت المنافسة الشديدة على أداء الفضائيات العربية مما جعل معيار النجاح في التغطية هو الحصول على أكثر المشاهد دموية ودماراً ، حيث علق البعض على ذلك "بأن الفضائيات العربية تحولت إلى خدمة حسب الطلب"<sup>(٦١)</sup>. وبذلك تحول الإعلام العربي من غاية مشروعة وهي التوعية والحشد في الأزمات والأحداث القومية الكبرى إلى إثارة المشاعر والانحسار إلى العاطفة وإثارة الخيال العربي ودفعه إلى المزيد من الانفصال عن الواقع"<sup>(٦٢)</sup> وقد عبر عن هذا الوضع أحد مسئولى "قناة أبو ظبي " الفضائية قائلا : "إننا كإعلاميين عرب وكقنوات تلفزيونية عربية بقطع النظر عن انتماءاتنا وبغض النظر عن العاملين فيها ، دخلنا هذه التغطية بشيء من ذاتنا ، واعتبرناها تغطيتنا نحن وليست تغطية الآخرين ، وفي هذه الحالة فإن مفاهيم علمية وأكاديمية مثل الحيادية والموضوعية والشفافية ربما يكون من التحجج اعتمادها وإطلاقها على الإعلاميين العرب لأن جزءا منها في النهاية ينهار مع الحرب، فيبدو أن المقاربة لفهم الحيادية والموضوعية تكون نسبية في هذا الأمر"<sup>(٦٣)</sup> كما كانت

كثرة الرامج التحليلية التي لا تستند على حقائق أو معلومات دقيقة ، مؤشرا واضحا لعدم وجود مادة مصورة ، فغابت الصورة الفعلية للحرب .

أما الإشكالية الأخرى في تقويم أداء الفضائيات العربية في تغطية أحداث الحرب على العراق فتتمثل في عدم وجود سياسة إعلامية عربية واضحة للتعامل مع الأحداث تؤدي إلى وجود حالة من شبه الاتفاق على بعض الخطوط العريضة في صياغة الأخبار ونقل الأحداث الكبرى وهي إشكالية برزت من خلال تعامل الفضائيات العربية مع سقوط بغداد وتدهايات هذا الحدث ، فعلى الرغم من وجود أوجه تشابه كثيرة بين المخططات الفضائية العربية في الصورة والمحتوى ، إلا أن عملية صياغة الأخبار قد اختلفت ، فالبحرر ركر على الفوضى ، وهناك من ركر على سقوط النظام والبعض الآخر ركر على عراق ما بعد صدام ، ولم تكن الاختلافات في الأبعاد التي تم التركيز عليها في التعامل مع هذا الحدث نحسب ، بل ظهر الاختلاف أيضا في الاستنتاجات التي طرحت والدلالات التي قدمت لسقوط بغداد مما لم يعكس رؤية عربية موحدة تجاه حدث عربي له دلالاته الخاصة ، فهايت التغطية متوترة ومتسعة في جميع المخططات التي لم تضع في حساباتها وتقديرها هذا الأمر ، بل كان هناك نوع من التشكيك في سقوط العاصمة العراقية ولهاية الحرب . ففي الوقت الذي غورت فيه " قناة العربية " عنوان التغطية الإعلامية من " حرب الخليج الثالثة " إلى " لهاية حقبة " ظلت " قناة الجزيرة " تثبت نوعا ما بفكرة أن الحرب لم تنته بعد ، وكانت تصر على أنه اليوم ٢١ من الحرب ، وهو ما يعكس غلبة المشاعر والجانب العاطفي على المعايير المهنية وللوضعية في التغطية الإخبارية .. وهذا الأمر يعكس تحديا مهماً تواجهه الفضائيات العربية وهو الموازنة بين المتطلبات المهنية وإعطاء المشاهد رأيا ومعلومة حتى يتمكن من أن يستنتج ويحكم بنفسه على الأحداث .

ولمة ملاحظة أخرى في تقويم أداء الفضائيات العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق وهي إيفاق هذه الفضائيات في أن تكون مرآة للحقيقة لدى المشاهد العربي ، على الرغم من تفوقها في سرعة نقل الأحداث ، فلم تنقل الفضائيات العربية الأوضاع في بغداد قبل الحرب فأصبحت الصورة غير واضحة عن أوضاع عراق ما قبل الحرب ، مما أوجد حالة من الإحباط لدى المشاهد العربي بعد سقوط العاصمة العراقية.

وتثير هذه القضية إشكالية أخرى تتعلق بطروف عمل وسائل الإعلام والتوازن الدقيق بين القيود الرقابية المفروضة عليها وبين ضرورات تقاليد المهنة ، مثل الاستمرار في التغطية الإعلامية احتراماً لحق

## البحوث

الجمهور في المعرفة والاحتفاظ بالقدرة التنافسية لهذه الوسائل ، فالقيود الرقابية قد جعلت بعض الفضائيات مثل "الجزيرة" تفكر في التوقف عن التغطية، وأعلنت بالفعل أنها ستبتث الصور دون تقارير، ثم عادت وتراجعت عن هذا الأمر بعد الإفراج عن مراسلها في بغداد ، وهذا الأمر يعكس الوضع الإشكالي الذي تواجهه وسائل الإعلام في تغطيتها لأحداث الحروب والأزمات ، بين قيود الرقابة وبين متطلبات العمل وضرورة الوفاء بحق الجمهور في المعرفة وضرورات المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى، وهي إشكالية لم تنعكس على أداء الفضائيات العربية فحسب ، بل عانى منها الإعلام الغربي كذلك .

لخلاصة الأمر : أن الإعلام العربي أو الغربي لم ينقل للجمهور حقائق الحرب ، وبدت الأحداث مجزأة وغير مفهومة رغم البث المكثف والحي على مدار اليوم ، والذي تنافست كل وسائل الإعلام على تقديمه ، حيث قدمت التغطية الإعلامية للحرب بعض جوانب الواقع فقط ، فلم تنجح بذلك في تكوين رأى عام حقيقى تجاه الأحداث ، وهو الأمر الذى يتطلب معلومات صحيحة ونقاشاً عاماً يعتمد على تدفق حر للمعلومات .



## مراجع البحث

- (١) حسن عبد الغنى ، العراق بين الإعلام العربي والغربي : إشكالية الحرية والاستقلال ، ندوة أزمة الإعلام العربي ، القاهرة ، جمعية مصر للثقافة والحوار ، ٧ مارس ٢٠٠٤ .
- (٢) محمد السعيد إدريس ، أثر وسائل الإعلام على الشارع العربي ، في أزمة العراق والإعلام العربي ، مرجع سابق .
- (3) Patrick GILLADD, La Guerre irakienne de l'Information, WWW.Confidentiel.fristream.net 12 F2vzier 2003 .
- (٤) ألفت حسن ألخا ، دور الإعلام في الحرب على العراق ، في الملوان على العراق ، خريطة أزمة ومستقبل أمة ، تحرير حسن نافعة ، نادبة عمود مصطفى ، القاهرة ، مركز البحوث والدراسات السياسية ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٣ ، ص ٣١١
- (٥) حسن عبد الغنى ، مرجع سابق
- (٦) ندوة الإعلام والحرب ، نادى دى للصحافة أبريل ٢٠٠٣ .
- (٧) حنان يوسف ، تعليم أدلاء القنوات العربية لأزمة العراق ، دراسة مسحية ، في ندوة أزمة العراق والإعلام العربي ، مرجع سابق .
- (٨) محمد السعيد إدريس ، مرجع سابق .
- (٩) ألفت ألخا ، مرجع سابق ، ص ٣١٦-٣١٧ .
- (١٠) لونسيد سيوكاتين ، الإعلام بين الولاء السياسى والمصداقية ، في دور وسائل الإعلام في العالم المعاصر ، مجلة الملف السياسى ، عدد ٦٢٥ .
- (١١) وحسب مزيد ، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات ، القاهرة ، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، ٢٠٠٣ ، ص ٣٩ .
- (١٢) رسلان أحمد فواد ، نظرية الصراع الدولى : دراسة في تطور الأسرة الدولية للماصرة ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٦ ، ص ٤١-٤٢ .
- (١٣) محسود عبد الفتاح عبد الحميد ، دور وسائل الإعلام كأداة في الصراع : دراسة تطبيقية على حرب الخليج ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ، كلية الإعلام / جامعة القاهرة ، ١٩٩٧ ، ص ٧٧ .
- (١٤) عيسى العصارى ، أدلة الصراع في عالم متغير ، القاهرة ، مركز الأهرام للترجمة والنشر ، مؤسسة الأهرام ، ١٩٩٢ ، ص ١٣ .
- (15) Yascov, Bar Simontov, The Arab Israeli Conflict : learning Conflict Resolution, Journal of Peace Research , vol 31, no 1, 1994, pp 78-79
- (١٦) محمد سعد أبو عامود ، الإعلام والساسة في عالم متغير ، سلسلة بحوث سياسية (٨٢)، القاهرة ، مركز البحوث والدراسات السياسية ، يوليو، ١٩٩٤ ، ص ١٧ .

(17) M.FERO, L'Information en Uniforme, Paris, Ramsy, 1991, p124

(١٨) أحمد يوسف أحمد ، الصراعات العربية العربية (١٩٤٥-١٩٨١) دراسة استطلاعية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، يناير ١٩٨٨ ، ص ١٨٩-١٩٠ .

(١٩) إيمان نعمان جمعة ، معالجة قناة الجزيرة للقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية ، ( مرحلة ما قبل الحرب ) دراسة تحليلية لأعلاقيات الممارسة الإعلامية ، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، المؤتمر العلمي السنوى التاسع ( الجزء الأول ) كلية الإعلام / جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ .

(٢٠) عصام زكريا ، لماذا ضاعت الحقيقة على الشاشات الأجنبية ، حرب التلفزيونات ، مجلة صباح الخير بتاريخ ٢٠٠٣/٤/١٥ .

(٢١) الفضائيات العربية و لتغطية الحرب على العراق ، حلقة نقاشية ، الشارقة ، الجامعة الأمريكية ، ٣٠ ابريل ٢٠٠٣ ، المستقبل العربي ، عدد ٢٩٥ ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية سبتمبر ٢٠٠٣ ص ١١٩ .

(٢٢) طارق الحميد ، قناة أبو ظبي على خط النار ، جريدة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٣ .

(٢٣) جريدة القدس العربي ، ٢٠٠٣/٤/٤ .

(٢٤) كيف ينظر الإعلاميون إلى الحروب الأمريكية على العراق ، موقع جريدة الوطن بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٣ .

(٢٥) ألفت أمها ، مرجع سابق ، ص ٣١٦ .

(٢٦) المرجع السابق ، ص ٣١١ .

(٢٧) عصام زكريا ، مرجع سابق .

(٢٨) مجلة النيوزويك بتاريخ ٣٠ أكتوبر ٢٠٠١ .

(٢٩) لرنك ايرلبي وآخرون ، الفضاء العربى الفضائيات و الإنترنت والإعلان والنشر ترجمة فردريك ممتري ، الطبعة الأولى ، دمشق دار القدس ، ٢٠٠٣ .

(٣٠) حمدي حسن ، الحرب في الفضائيات العربية ، ملف الأهرام الإستراتيجى ، العدد ١٠٠ ، القاهرة ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ، مؤسسة الأهرام، ابريل ٢٠٠٣ ، ص ٣٧ .

(٣١) أحمد عبدالله ، الحركة النفسية في حرب العراق ، في العدوان على العراق: خريطة أزمة ومستقبل أمة ، مرجع سابق ، ص ٣٢٦ .

(٣٢) أحمد الربيعي ، فضائيات أحمد سعيد ، جريدة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٢٦ .

(٣٣) حمدي حسن ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

(٣٤) أنس زاهد ، حق للفق ؟ جريدة الحياة بتاريخ ٢٠٠٣/٤/٣ .

(٣٥) حمدي حسن ، مرجع سابق ، ص ٣٨ .

(٣٦) إبراهيم العريس ، فضائيات من حول حرب "لم تلع" ، جريدة الحياة بتاريخ ٢٠٠٣/٤/١٨ .

(٣٧) أحمد الربيعي ، مرجع سابق .

- (٣٨) علا رجب ، إدارة العمليات النفسية في حرب العراق ، ملف الأهرام الإستراتيجي ، عدد ١٠٠ ، مرجع سابق ، ص ٤٥ .
- (٣٩) ترفيق رباعي ، فضائيات، جووم يتغلب على الصعاليين الأمريكيين والجزيرة تقود الإعلام المضاد ، جريدة القدس العربي بتاريخ ٢٥/٣/٢٠٠٣ .
- (٤٠) علا رجب ، مرجع سابق ، ص ص ٤٥-٤٦ .
- (٤١) ألفت ألفا ، مرجع سابق ، ص ص ٣١٨-٣٢١ .
- (٤٢) الفضائيات العربية وتغطية الحرب ، مرجع سابق ص ١١٨ .
- (٤٣) سيد علي ، المصادقية الغالية في الحرب الإعلامية ، الأهرام بتاريخ ٢٦/٣/٢٠٠٣ .
- (٤٤) عماد جاد ، أداء الإعلام العربي وما أثاره من قضايا ، ندوة أزمة العراق والإعلام العربي ، مرجع سابق .
- (٤٥) كيف ينظر الإعلاميون إلى النقل المباشر للحرب الأمريكية على العراق ، مرجع سابق .
- (٤٦) عواطف عبد الرحمن ، العراق : الحرب الإعلامية أليافاً وتدابيعاً وضحاياها ، مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ١١٣ ، القاهرة : المركز المصري للإتصالي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ، أكتوبر - ديسمبر ، ٢٠٠٣ ، ص ص ٥٦-٥٧ .
- (٤٧) يحيى شقر ، التضييق الإعلامي في العدوان على العراق، المشرق الإعلاني بتاريخ ١٧/٥/٢٠٠٣ .
- (٤٨) الحبيب الغربي ، الإعلام المصري المرتئي في ظل الأحداث الكبرى ، في الفضائيات العربية والحرب على العراق ، المستقبل العربي ، مرجع سابق ، ص ١٢٩ .
- (٤٩) عماد جاد ، مرجع سابق .
- (٥٠) جميل النمرى ، إعلان الحرب على العراق ، للمشرق الإعلامي ، مرجع سابق .
- (٥١) إيمان نعمان حمدة ، مرجع سابق .
- (٥٢) محمد الأسعد ، CNN والجزيرة ، كيف تقرأ .. لا ماذا تقرأ فقط ، القيس بتاريخ ٢٨/٣/٢٠٠٣ .
- (٥٣) حمدي حسن ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .
- (٥٤) المرجع السابق ص ٣٩ .
- (٥٥) سعد الدين إبراهيم الإعلام العربي وعلم النكبات بداء من المرحلة الشعبية ، الحياة بتاريخ ٣/٣/٢٠٠٤ .
- (٥٦) كيف تعاملت الفضائيات العربية مع الحرب ، موقع صوت العراق بتاريخ ١٥/٤/٢٠٠٣ .



## اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات

د. أحمد فاروق رضوان<sup>١</sup>

### مقدمة :

**اهتم** عديد من المخططات التليفزيونية : الفضائية والأرضية بتقديم خدمات إخبارية فورية للمشاهدين ، من خلال عرض شريط ملون متحرك أسفل الشاشة ، يتضمن أهم الأنباء الواردة للمحطات في المجالات السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، إضافة إلى أحوال الطقس ودرجات الحرارة. ومثل هذه الخدمة الإخبارية إضافة إلى الخدمات الإخبارية الأخرى التي تقدمها هذه المخططات ، ومنها : نشرات الأخبار المفصلة، موجز الأخبار، أهم الأنباء واللقطات للصورة للأحداث دون تعليق .

ويأتي الاهتمام بتطوير المخططات الفضائية والأرضية لخدماتها الإخبارية في إطار التنافس على اجتذاب الجمهور الذي يستعمل وسائل الإعلام، كأحد مصادر إشباع حاجاته واهتماماته المعرفية . ولذلك ، تحرص هذه المخططات على تقديم للجمهور الإخباري بصورة تتسم بالعمق والسرعة والمتابعة المستمرة للحدث ، إضافة إلى العمل على تطوير قدراتها في الحصول على الأخبار ، كما أنها تحرص على تقديم هذه الأخبار بجمهورها بالصورة التي تجعله متابعاً للأحداث وملماً بها. ولكي تطور المخططات من قدراتها على إشباع حاجات الجمهور وتلبية احتياجاته من التفرغ ، حرص بعضها على تعرف تقييم الجمهور لخدماتها المختلفة بهدف العمل على تطوير الأداء<sup>(١)</sup>.

### الإطار النظري للدراسة :

تستغل الدراسة من مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً نظرياً، حيث هدف عديد من الدراسات التي اتخذت من الاعتماد مدخلاً لها على الخروج بالنظرية من دائرة التطبيق في ظروف التوتر والغموض والكرارث إلى دائرة التطبيق في مجالات الحياة المختلفة، حيث أصبحت وسائل الإعلام من

---

(١) مدرس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان .

## البحوث

أهم المصادر اللازمة لتوفير المعلومات الخاصة باتخاذ القرارات المرتبطة بحياة الفرد واهتماماته السياسية والترفيهية والتسويقية والاجتماعية وغيرها<sup>(١)</sup>.

ويتناول الباحث فيما يلي طبيعة تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية ، إضافة إلى عرض لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

### أولاً: طبيعة تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية

تمثل الخدمات الإخبارية أحد وسائل نقل المعلومات إلى جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرض لها ويقسم مضمونها من خلال معارفه وخبراته ومعلوماته السابقة. وتقدم هذه الخدمات إطاراً مرجعياً ومعلوماتياً للأحداث يساهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور ، إلى جانب مساعدته على إيجاد ارتباط بين الأحداث الحالية والسابقة. وهو ما يؤدي إلى تدعيم علاقة الفرد بالأحداث المختلفة وتدعيم ارتباطه بالمجتمع ، وكذلك تدعيم هويته وتكريس مفهوم المواطنة لديه ، وإحاطته علماً بالأنشطة السياسية القائمة في المجتمع وتدعيم مشاركته فيها ، كما أنها تساعد على فهم ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع<sup>(٢)</sup>.

ومع تزايد وسائل الإعلام ومنها محطات التلفزيون الفضائية، تزايدت المواد الإخبارية المقدمة، وحرصت هذه المحطات على تقديم تغطيات إخبارية للأحداث والوقائع المختلفة في أنحاء العالم. ونتيجة لذلك ، تعددت الرؤى وجهات النظر إضافة إلى تدويل الخبر ونشره في أنحاء العالم ، وتقدم بعض القنوات الإخبارية لخدماتها على مدار الأربع والعشرين ساعة<sup>(٣)</sup>.

ويعد التعرض للأخبار إحدى العادات الاتصالية للجمهور، وهي عادة يمارسها يومياً في كثير من الأحيان ، بهدف فهم البيئة المحيطة به أو للتغلب على القلق والتوتر أو التهديد الناجم عن ضغوط وتوترات الحياة، كما أنه يبحث خلالها عن الأمان وتقليل الشعور بالخطر والإحساس بالراحة<sup>(٤)</sup>.

ويتعرض الجمهور للأخبار بهدف الاستخدام العام أو الاستخدام التخصصي من خلال التعرض لمضامين إخبارية محددة. كما أنه قد يتعرض لها في كل الأوقات أو يتعرض لها في أوقات محددة. وتعمل وسائل الإعلام على توفير التغطية الإخبارية للأحداث بسرعة وفورية، كما أنها تحرص على أن تصاحب الصورة الحدث وتقدم تفاصيل وتحليلات ، وقد يحدث بسبب الحرص على السرعة أن تفقد محطات التلفزيون أو أية وسيلة إعلام الدقة في نقل الحدث وتغيب التفاصيل ، ويجد الجمهور نفسه مشاهداً للخبر نفسه في أكثر من محطة وبالوقت نفسه وبالمعلومات نفسها<sup>(٥)</sup>.

وبسبب أن الأخبار تقدم للجمهور معلومات خارج نطاق خبرته المباشرة ، تزداد أهميتها ، إلا أن المشكلة تكمن في قيام بعض وسائل الإعلام بتلوين الأحداث وفقاً لوجهة نظرها أو نقل الأحداث وتجاهل أخرى ، أو التركيز على أجزاء محددة من الوقائع وتجاهل أخرى<sup>(٩)</sup>.

وقد أصبحت محطات التلفزيون خاصة بعد انتشار الفضائيات من الوسائل المهمة التي يحصل من خلالها الجمهور على معلوماته . وبعد أن كانت الدراسات تؤكد تفوق الصحف كوسيلة إعلامية ومعلوماتية على التلفزيون، أكدت دراسات أحدث أن التلفزيون أصبح بدوره وسيلة مهمة تفوق أهمية الصحف لدى بعض الفئات ومنها الشباب صغر السن<sup>(١٠)</sup> .

وكما حرصت الوسيلة على الدقة والموضوعية في نقل الأخبار دون تشويه زادت ثقة الجمهور بها . وهى إشكالية تواجه محطات التلفزيون التي تقدم في كثير من الأحيان الأحداث على الهواء مباشرة ، وهو ما لا يسمح للمراسل الإخباري في أحيان كثيرة التدقيق في الخبر أو تعرف تفصيلاته، كما أنه قد يصدر أحكاماً خاطئة أو تعليقات غير ملائمة تضر بمصداقية المحطة<sup>(١١)</sup>.

والجمهور يتعرض للأخبار لتحقيق عدد من الأهداف ، من أهمها : تعرف معلومات معينة في أمور تهمه ، والتفاعل مع الأحداث أو التعرف والسيطرة الاجتماعية ، واستخدامها كمصدر للتسلية والاسترخاء<sup>(١٢)</sup>.

وعندما تزداد أهمية الخبر للفرد يعمل على تعرف تفصيلاته، كما أن الخبر المتصف بالفوض أو الذي يعمل توتراً يزيد من رغبة الفرد في التدقيق فيه<sup>(١٣)</sup>. كما أن الأخبار تقدم للجمهور معلومات يمكنهم من إجراء الحوار فيما بينهم حولها<sup>(١٤)</sup>.

ووفقاً لمفاهيم التعرض الانتقائي للمضمون، فإن أفراد الجمهور ينتقون المادة الإخبارية التي يتعرضون لها ويتأثرون في ذلك الاختيار بانجذابهم واهتمامهم ومعتقداتهم وقيمهم ، ويتأثر ذلك الانتقاء أيضاً بطبيعة الخبر ومدى أهميته<sup>(١٥)</sup>.

وتهدف وسائل الإعلام ومنها محطات التلفزيون إلى جذب المشاهد والاحتفاظ به حتى يظل مستمراً لسراجهما على مدار اليوم ، ولذلك تعمل هذه المحطات على تقديم نوعيات مختلفة من البرامج والمضامين تتفق مع حاجات ورغبات الجمهور للمشاهد<sup>(١٦)</sup>.

## البحرث

ولذلك يجب أن نحرص محطات التلفزيون دائماً على دراسة حاجات ورغبات وتفضيلات جمهورها لتقديم المضمون التوافق مع خصائصه ، وما يؤدي إلى ارتفاع نسب المشاهدة ، وبالتالي ارتفاع نسب الإقبال على المحطة كوسيلة إعلامية<sup>(١٧)</sup>.

وتعتمد المحطة في ذلك على عدة أساليب تتحدد فيما يلي :

- دراسة الجمهور وتعرف برغباته ، وتقييمه للمضمون المقدم له .
- التوجه بالسوق وتطوير مفاهيم تقسيم الجمهور إلى فئات محددة الصفات ، وتقديم ما يتلاءم مع طبيعة كل فئة.
- التوجه بالبيع من خلال ترويج المحطة لدى المشاهدين<sup>(١٨)</sup>.

ومن خلال التوجه السابق نتم محطات التلفزيون بتطوير خدماتها الإخبارية ، إلا أنها أحياناً تضطر إلى تسطيح المضمون الإخباري لاجتذاب أكبر عدد من المشاهدين<sup>(١٩)</sup>.

وبعداً عن هذا التسطيح يحرص عديد من محطات التلفزيون على تقديم المضمون الإخباري المتميز من خلال تطوير قدرات وإمكانيات التغطية الإخبارية ورفع كفاءة مراسلي ومقدمي الأخبار ، وتقديم أنواع متعددة من الأخبار خلال أوقات متعددة أيضاً على مدار ساعات الإرسال. ويطلق على ذلك : تميز التغطية والتقديم وتقسيم أنواع الأخبار وأوقات تقديمها<sup>(٢٠)</sup>.

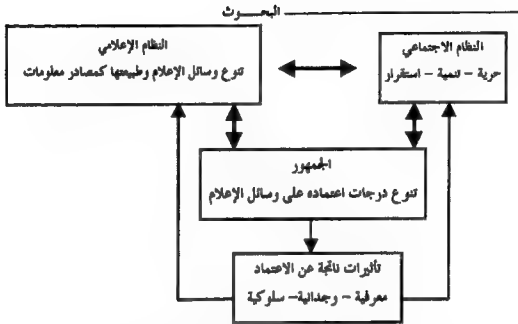
### ثانياً: مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

تعرف علاقة الاعتماد بأنها : العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة ، وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف ، هي: جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها. ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به ، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد<sup>(٢١)</sup>.

واهتمت الدراسات التي تناولت نظرية الاعتماد بعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام وتأثير هذه العلاقة على العلاقات التفاعلية بين الأفراد ، وكذلك على طبيعة قرارات الفرد التي تجعلها بناء على اعتماده على هذه الوسائل<sup>(٢٢)</sup>.

ويوضح الشكل التالي طبيعة العلاقة القائمة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور<sup>(٢٣)</sup>.





شكل (١) : طبيعة العلاقة القائمة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور .

وتستفاعل وسائل الإعلام مع نظم المجتمع القائمة، كما أن دورها تزداد أهميته في أوقات الغموض والتوتر ، وكذلك أوقات التغير الاجتماعي حيث تقوم بدور في تقليل هذا التوتر ومساندة آليات التغير الاجتماعي<sup>(٢٣)</sup>.

وتعمد نظرية الاعتماد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام ، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية ، قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية وبالتالي يزداد تأثيرها وتعمل النظرية على تعرف دور الوسائل في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد ، وكذلك دورها في أوقات التغير والأزمات<sup>(٢٤)</sup>.

وتعتمد عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة. فالتعرض قد يحدث على سبيل الصدفة أو مجرد وجود عادة اتصالية ، دون أن تتحيز الوسيلة مصدراً للمعلومات ومرجعاً لاتخاذ القرارات<sup>(٢٥)</sup>.

وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية ، وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتتزايد كلما زاد المجتمع تعقيداً<sup>(٢٥)</sup>.

## البحوث

وتتأثر عملية الاعتماد بعدة عوامل ، تتحدد فيما يلي :

- طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد .
  - طبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات .
  - طبيعة وتنوع وسائل الإعلام .
  - طبيعة الوقت أو الظروف التي يمر بها الفرد أو المجتمع .
  - طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام<sup>(٢٦)</sup> .
- هذا .. إضافة إلى مجموعة من العوامل الأخرى ، هي :
- تنوع وسائل الإعلام من حيث النوع واللفة .
  - مدى انتباه الجمهور لمضمون الوسيلة .
  - تأثير علاقات الاتصال الشخصي .
  - تأثير الظروف والعوامل الاجتماعية .
  - طبيعة المضمون الإعلامي من حيث المحتوى والشكل<sup>(٢٧)</sup> .

ويعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق عدة أهداف تتحدد فيما يلي :

١- الفهم وينقسم إلى :

■ الفهم الذاتي : ويعني فهم الفرد للقيم والمعايير والمعتقدات الاجتماعية ، التي تساهم في تشكيل عبرته الشخصية.

■ الفهم الاجتماعي : ويعني فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه ، وتعرف مؤسساته المختلفة.

٢- التوجيه وينقسم إلى :

■ التوجيه السلوكي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكه من المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع.

■ التوجيه التفاعلي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع .

### ٣- التسلية وتنقسم إلى :

- التسلية المنعزلة : وتعنى رغبة الفرد في الترفيه والراحة والهدوء، والبعد عن ضغوط الحياة اليومية .
- التسلية الاجتماعية : وتعنى رغبة الفرد في الترفيه ، من خلال تفاعله مع الآخرين<sup>(٢٨)</sup> .

ويقدم النموذج التالي تفسيراً لطبيعة علاقة الاعتماد بين الفرد ووسائل الإعلام والآثار المترتبة عن هذا الاعتماد<sup>(٢٩)</sup>.



شكل (٢) : تأثير عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام .

## البحوث

وتستأثر أسباب اعتماد الفرد على وسائل الإعلام بخبرته السابقة مع الوسيلة ؛ حيث يكون الفرد علاقة الاعتماد على الوسيلة التي يشعر أنها توفر له المعلومات التي يريد<sup>(٣٢)</sup>.

كما تتأثر عملية الاعتماد باستخدام الفرد لوسائل الإعلام ، وهذا الاستخدام يتم تقسيمه إلى استخدام عام للوسيلة General Media Use حيث يتم التعرض لكافة المضامين ، وهناك الاستخدام المركز للوسيلة Focused Media Use ويعني تعرض الفرد لمضمون محدد في الوسيلة<sup>(٣٣)</sup>.

ويؤدي الاعتماد على وسائل الإعلام ، إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله ، وتساعد على تفهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها ، كما يتمكن من اكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به<sup>(٣٤)</sup>.

ويتمتع عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام بمجموعة من التأثيرات، تصنف في ثلاث فئات أساسية،

هي :

### ١ - إزالة الغموض (أو إلهاده) :

يحدث الغموض في المجتمع نتيجة لعدة أسباب ، منها :

- الأزمات : فالأزمات تجعل الجمهور يتعرض بصورة أكبر لوسائل الإعلام ؛ لرغبة أفراد في الحصول على مزيد من المعلومات تجاه الأزمة أو الخطر الناتج أو المتوقع حدوثه نتيجة للأزمة .
- الكوارث : وتحدث الكوارث نتيجة ظروف طبيعية غير متوقعة تفاجئ المجتمعات ، كما تحدث نتيجة بعض الحوادث غير المتوقعة في المجتمع ، مثل : أعمال العنف والإرهاب والاعتقال .
- التطور الاجتماعي : يحدث أيضاً الغموض نتيجة للتغيرات الحادثة في المجتمع ، خاصة المجتمعات التي تشهد عمليات تنمية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

### ٢ - تشكيل الاتجاهات :

يستخدم الأفراد معلومات ووسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع ، وقد حدث ذلك كثيراً بأن ساهمت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا ، مثل : مشكلات البيئة ، وأزمات الطاقة ، والفساد السياسي ، والدعاية لرموز سياسية جديدة ، وقادة الدين ، والعلماء والرياضيين ، ونشر للبتكرات ، وتنظيم الأسرة .

### ٣- ترتيب الأولويات :

تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يحدد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين عديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.

### ٤- اتساع المعتقدات :

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور ؛ لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام. ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى : الأسرة أو الدين أو السياسة، بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

### ٥- التأثير في القيم :

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في تروييحها والحفاظ عليها ، مثل : الأمانة - الحرية - المساواة - التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

### ثانياً : التأثيرات الوجدانية :

تتضمن التأثيرات الوجدانية ما يلي :

#### ١- الفعور العاطفي :

يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام تؤدي إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة، وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين ، حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي. إلا إنه ليس من الضروري أن تؤدي كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام إلى الشعور باللامبالاة، فربما يؤدي تعرض الأفراد لمشاهد العنف إلى إثارة الدافع لديهم لاتخاذ مواقف ضد أسباب أو ممارسي العنف.

#### ٢- الخوف والقلق :

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاضغاثات، فإنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدى الملتصقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع. إلا إنه قد يؤدي أيضاً إلى تقليل مشاعر الخوف والقلق من نتائج هذه الأخطار والكوارث وتداعياتها على الفرد والمجتمع ، من خلال المعلومات التي تقدمها الوسائل عن كيفية مواجهة هذه الأخطار والتعامل معها وتجنبها مستقبلاً.

#### ٣- الهم المعنوي والاغتراب :

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام : رفع الروح المعنوية لدى المواطنين ، أو تزايد شعورهم بالاغتراب. فالاجتماعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح

## البحوث

المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج ؛ خاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد. ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات ووسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

### ثالثاً : التأثيرات السلوكية :

وتتضمن هذه التأثيرات ما يلي :

#### ١- التنشيط :

وبعض قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، فالمعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الإعلام (وكتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية) تدفعه لاتخاذ مواقف وسلوكيات معينة في مجالات الحياة المختلفة ، ولكن قد يصبح التنشيط الناتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام سلبيًا ، في حالة اتخاذ الفرد لسلوكيات ضارة بالآخرين والمجتمع كالمشاركة في أعمال العنف والجرائم وغيرها.

#### ٢- الخمول :

وبعض عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد تمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي ، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل ، ويرجع (خمول) الفرد وعدم مشاركته السياسية أو الاجتماعية كنتيجة للاعتماد على وسائل الإعلام إلى الأسباب التالية :

- طبيعة التغطية الإعلامية للأحداث ، والتي تؤدي أحياناً إلى الرتابة والملل.
- المضمون الذي يتعرض له الفرد ومدى مصداقية الوسيلة التي تقدمه ، وثقة الفرد في هذا المضمون.
- اختلاف الوسائل التي يتعرض لها الفرد، قد تؤدي وسيلة معينة إلى تنشيط سلوك الفرد ، وتؤدي وسيلة أخرى لخموله.
- اختلاف أهداف الأفراد من التعرض لوسائل الإعلام، فكلما كان تعرض الفرد مقصوداً للوسيلة وللمضمون زادت إمكانية حدوث التنشيط، في حين أن الخمول يظهر كنتيجة (غالباً) في حالة التعرض العام وغير المقصود<sup>(٣٣)</sup>.
- كما يمكن النظر إلى التأثيرات السابقة على أنها وظائف ، تقوم بها وسائل الإعلام في حالة اعتماد أفراد الجمهور عليها<sup>(٣٤)</sup>.

وتنقسم مداخل دراسة الاعتماد إلى مدخلين : الأول يتعلق بالنطاق العام Macro ويهتم بعلاقة وسائل الإعلام بمؤسسات ونظم المجتمع ، وكذلك طبيعة العلاقة بين الوسيلة وأطراف في عملية الاتصال مثل المعلنين ، وهو مدخل عرف باسم Media System Dependency للدخل الآخر خاص Micro ويهتم بعلاقة الفرد بالوسيلة الإعلامية ودورها في التأثير على اتجاهات ومعتقدات الجمهور وأسباب الاعتماد على هذه الوسائل ، وعرف هذا المدخل باسم Media Information Dependency Theory<sup>(٣٥)</sup>.

ومع تطور وسائل الإعلام وازدهارها وتنوعها وتطورها تكنولوجيا ، تحتاج علاقة اعتماد الجمهور على هذه الوسائل إلى مزيد من الدراسات والاعتبارات<sup>(٣٦)</sup>.

ولذلك تهتم دراسات للمشاهدين بتعرف آثار التعرض للبرامج التليفزيونية المختلفة واكتشاف آراء وملاحظات تقييم المشاهدين لهذه البرامج ؛ بهدف العمل على تطوير الأداء البرامجي ودفع المشاهد لاستمرار المشاهدة والتعرض المنتظم<sup>(٣٧)</sup>.

وتعد الأخبار من المضامين المهمة التي يعتمد عليها الفرد للحصول على المعرفة ، ومن خلالها يتمكن الفرد من تقييم الأحداث وتفعيل قدرته على الحوار مع الآخرين بشأنها. كما أن الفرد يوداد تعرضه للمضامين الإخبارية الخاصة بوقائع وأحداث يهتم بها ، ولديه معلومات عنها بهدف متابعتها وتعرفها بصورة أعمق<sup>(٣٨)</sup>.

ومع تعدد الخدمات الإخبارية المقدمة للفرد، تقوم محطات التليفزيون بتقديم أخبار صباحية تتسم بالسرعة والإيجاز ؛ حيث إما تقدم إلى جمهور يستعد للذهاب إلى العمل أو بدأ عمله بالفعل، وفي المساء تقدم الأخبار بصورة أكثر عمقا وتحليلاً ؛ لتناسب مع طبيعة الوقت واستعداد أفراد الجمهور لتلقي مزيد من التحليلات والآراء<sup>(٣٩)</sup>.

### مشكلة الدراسة :

تحدد مشكلة الدراسة في تعرف درجة اعتماد الجمهور على شريط الأخبار كأحد أشكال الخدمات الإخبارية ، التي تقدمها محطات التليفزيون الأرضية والفضائية كمصدر لتعرف أهم الأنباء والمعلومات، إضافة إلى تعرف مدى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد خاصة المرتبطة بسرعة متابعة الجمهور للأحداث ، وزيادة اهتمامه بتعرف تفاصيلها، وتأثير هذا الاعتماد على تفضيل الجمهور لقنوات معينة يحرص على متابعتها.

### أهداف الدراسة :

- ١- تعرف مدى اهتمام الجمهور بالتعرض للخدمات الإيعبارية المقدمة من القنوات الفضائية والأرضية المختلفة.
- ٢- تعرف مدى اهتمام الجمهور بالتعرض لشريط الأنباء في القنوات المختلفة.
- ٣- تعرف مدى قوة اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.
- ٤- تعرف أسباب اعتماد الجمهور على شريط الأنباء.
- ٥- تعرف أهم القنوات التي يفضل الجمهور التعرض لشريط الأنباء من خلالها.
- ٦- تعرف تأثير التعرض لشريط الأخبار على التعرض للخدمات الإيعبارية الأخرى المقدمة من القناة نفسها ، والمقدمة من القنوات الأخرى.
- ٧- تعرف العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على شريط الأنباء.
- ٨- تعرف مدى تحقق الآثار المعرفية والاتجاهية والسلوكية للاعتماد على شريط الأنباء.

### فروض الدراسة :

#### الفرض الأول :

توجد علاقة دالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية : (النوع - السن - التعليم - الوظيفة - المستوى الاجتماعي الاقتصادي) ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

#### الفرض الثاني :

توجد علاقة ارتباطية بين مدى الاعتماد على شريط الأنباء ، وتأثير ذلك الاعتماد على متابعة الخدمات الإيعبارية المفصلة بالقناة نفسها وكذلك بالقنوات الأخرى ، وعلى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

#### يعني أنه :

كلما زادت شدة الاعتماد ، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإيعبارية بالقناة نفسها .  
كلما زادت شدة الاعتماد، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإيعبارية بالقنوات الأخرى  
كلما زادت شدة الاعتماد تحققت الآثار .



### الفرض الثالث :

تؤثر متغيرات (النوع-العمر-التعليم-الوظيفة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي - مدى الاعتماد على شريط الأنباء) على تحقق الآثار المعرفية والاتجاهية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد.

### تصميم الدراسة :

#### المنهج :

تعتمد الدراسة على منهج المسح ، والذي يستعمل لدراسة أفراد جمهور وسائل الإعلام وتعرف آرائهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام على أفراد ذلك الجمهور. وتركز الدراسة على المسح التحليلي بهدف تعرف العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.

#### مجتمع الدراسة والعينة :

يتحدد مجتمع الدراسة في مشاهدي قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية الذين يتعرضون للعلامات الإخبارية المقدسة ، من خلال هذه القنوات ، وبشرط تعرض مفردات العينة لشريط الأنباء ؛ بحيث يستبعد الباحث أية استمارة يذكر فيها المبحوث أنه لا يتعرض لشريط الأنباء ؛ حيث يتم سحب عينة حصرية تمثل فئات الجمهور وفقاً لعدد من المتغيرات الديموغرافية وبصورة متجانسة ، تمكن من إجراء المقارنات بين هذه الفئات .

وقد تم إجراء الدراسة على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة.

#### أداة جمع البيانات :

تم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ، والتي اشتملت على مجموعة من الأسئلة التي يتحقق من الإجابة عنها كإجابة عن اختبار فروض الدراسة.

#### مواصفات العينة :

النوع : ١٣٠ ذكورا، ١٢٠ إناثا .

التعليم : ١٩٥ تعليماً عالياً، ٥٥ تعليماً متوسطاً .

الوظيفة : ٦٠ حكومة وقطاعاً عاماً، ٦٥ قطاعاً خاصاً، ٢٥ مهنة حرة .

٨٠ طالباً ، ٢٠ ربة منزل .

#### فئات السن :

الفئة الأولى من ١٨ إلى أقل من ٣٠ : ٨٦

## البحوث

الفئة الثانية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ : ٧٩

الفئة الثالثة أكبر من ٤٥ : ٨٥

المستوى الاجتماعي الاقتصادي : الأول ٦٥ ، الثاني ٨٥ ، الثالث ١٠٠ .

إجراءات الثبات والصدق :

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين لتعرف مدى وضوحها وقدرتها على الحصول على البيانات المطلوبة واختبار الفروض . كما تم إعادة تطبيق عدد ٢٥ استمارة بعد إجراء البحث لتعرف نسبة الثبات ، والتي وصلت إلى ٩٨% .

تحليل النتائج :

قام الباحث بإدخال البيانات وتحليلها مستخدماً البرنامج الإحصائي SPSS ؛ حيث تم استخدام عدد من المقاييس الإحصائية ؛ بهدف اختبار فروض الدراسة ، وتمثلت هذه المقاييس في :

- اختبار  $\chi^2$  The Chi-Square Test لاختبار وجود علاقة بين متغيرين .
- معامل التوافق .
- معامل الارتباط لسبيرمان .
- اختبار T-test .
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Anova .
- أسلوب الأوزان المرجحة بالنقاط .

## نتائج الدراسة

أولاً : مدى متابعة الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية.

جدول (١) : مدى متابعة الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية .

المتابعة	القناة		القنوات الأرضية		القنوات الفضائية	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	١٠٤	٤١,٦	٨٠	٣٢		
أحياناً	١١٣	٤٥,٢	١٠٥	٤٢		
نادراً	٣٣	١٣,٢	٦٥	٢٦		
المجموع	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠		

يتضح من الجدول (١) ارتفاع نسبة التعرض " أحياناً " للخدمات الإعلانية المقدمة من خلال القنوات الأرضية ، حيث جاءت بنسبة ١١٣ تكرار (٤٥,٢%) من إجمال حجم العينة. كما جاءت أيضاً نسبة التعرض "أحياناً" كأعلى تكرار في القنوات الفضائية حيث جاءت بنسبة ١٠٥ تكرار (٤٢%) من إجمالى حجم العينة ، ثم جاءت نسب التعرض دائماً تليها التعرض نادراً.

لأننا: مدى متابعة أنواع الخدمات الإعلانية المقدمة من خلال قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية. جدول (٢): مدى متابعة أنواع الخدمات الإعلانية المقدمة من خلال قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية .

الخدمة الإعلانية المتابعة	نشرات الأخبار		موجز الأنباء		عناوين الأخبار		شريط الأخبار	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٧٦	٣٠,٤	٨٣	٣٣,٢	١٢٣	٤٩,٢	١٥٣	٦١,٢
أحياناً	١٢٨	٥١	٩٧	٣٨,٨	٧٢	٢٨,٨	٧٣	٢٩,٢
نادراً	٤٠	١٦	٦٣	٢٥,٢	٤٦	١٨,٤	٢٤	٩,٦
لا يتابع	٦	٢,٤	٧	٢,٨	٩	٣,٦	-	-
المجموع	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠

يتضح من الجدول ما يلي :

- نشرات الأخبار المفصلة : جاءت نسبة التعرض "أحياناً" لهذا النوع من الخدمات الإعلانية في المقدمة بتكرار ١٢٨ وبنسبة ٥١,٢ من إجمالى حجم العينة . يليها التعرض دائماً ثم نادراً ثم لا يتابع .
- موجز الأنباء: جاءت نسبة التعرض "أحياناً" في المقدمة بتكرار ٩٧ وبنسبة ٣٨,٨% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض دائماً ثم نادراً ثم لا يتابع .
- عناوين الأخبار: جاءت نسبة التعرض "دائماً" في المقدمة بتكرار ٩٧ وبنسبة ٣٨,٨% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض دائماً ثم نادراً ثم لا يتابع .
- عناوين الأخبار: جاءت نسبة التعرض "دائماً" في المقدمة بتكرار ١٢٣ وبنسبة ٤٩,٢% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض أحياناً ثم نادراً .
- شريط الأخبار: جاءت نسبة التعرض "دائماً" في المقدمة بتكرار ١٥٣ وبنسبة ٦١,٢% من إجمالى حجم العينة ، يليها التعرض أحياناً ثم نادراً (تم استبعاد الذى لا يتابع من العينة كما سبق التوضيح) .

## البحوث

ثالثاً : مدى الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .

جدول (٣) : مدى الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات .

مذى الاعتماد على شريط الأنباء .	ك	%
أحد المصادر الأساسية لتعرف الأنباء .	٩٣	٣٧,٢
أحد المصادر الثانوية لتعرف الأنباء .	٤٣	١٨,٤
مصدر للأنباء في بعض الظروف والأوقات .	٨٠	٣٢
مصدر أتعرض إليه بالصدفة ومن خلاله أتعرف الأنباء .	٣١	١٢,٤
المجموع	٢٥٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول ما يلي :

- أن نسبة ٣٧,٢% من العينة بمجموع تكرارات ٩٣ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر أساسي للحصول على الأنباء .
- أن نسبة ١٨,٤% من العينة بمجموع تكرارات ٤٦ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر ثانوي للحصول على الأنباء .
- أن نسبة ٣٢% من العينة بمجموع تكرارات ٨٠ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر للحصول على الأنباء في بعض الظروف والأوقات .
- أن نسبة ١٢,٤% من العينة بمجموع تكرارات ٣١ يعتبرون أن شريط الأنباء مصدر يتعرضون إليه بالصدفة للحصول على الأنباء .

رابعاً : أسباب الاعتماد على شريط الأنباء .

جدول (٤) : أسباب الاعتماد على شريط الأنباء .

أسباب الاعتماد	ك	%	الترتيب
تعرف الأنباء العاجلة	١٦٦	٣٦	الأول
متابعة تذايعات أحداث مصددة تناولتها خدمات إخبارية أخرى	٨٠	١٧,٣	الثالث
تعرف معلومات معينة مثل أحوال الطقس	٥٨	١٢,٦	الرابع
المتابعة السريعة للأخبار بدلاً من متابعة النشرات المفصلة	١٢٢	٢٦,٥	الثاني
بمجرد عادة تكونت بسبب تكرار عرض الشريط على الشاشة	٣١	٦,٧	الخامس
أخرى	٤	٠,٩	السادس
المجموع	٤٦١	١٠٠%	

(\*) ترك الباحث للمبحوث حرية اختيار أكثر من بدل.

## البحوث

يتضح من نتائج الجدول (٤) أن سبب تعرف الأنباء العاجلة يأتي في مقدمة أسباب الاعتماد على شريط الأنباء ، بمجموع تكرارات ١٦٦ ونسبة ٦٣,٦% من إجمالي عدد التكرارات ، ثم جاء سبب المتابعة السريعة للأخبار في الترتيب الثاني بمجموع تكرارات ١٢٢ ونسبة ٢٦,٥% ، ثم جاء في الترتيب الثالث سبب متابعة تداعيات أحداث محددة تناولتها خدمات إخبارية أخرى بمجموع تكرارات ٨٠ ونسبة ١٧,٣% ، ثم سبب تعرف معلومات معينة مثل أحوال الطقس (٥٨ تكرار، نسبة ١٢,٦%) ثم سبب بمجرد عادة (٣١ تكرار ونسبة ٦,٧%) وأسباب أخرى ، مثل : عدم وجود وقت كاف للتعرض للشعرات المفصلة (٤ تكرارات ونسبة ٠,٩%).

خامساً : أهم القنوات الأرضية والفضائية التي يتم الاعتماد من خلالها على شريط الأنباء.

جدول (٥) : أهم القنوات الأرضية والفضائية التي يتم الاعتماد على شريط الأخبار التي تقدمها .

الترتيب القناة	الأول ٣	الثاني ٢	الثالث ١	مجموع الأوزان المرجحة	%	الترتيب
الأولى المصرية	٣٤٨	٥٦	٢٤	٤٢٨	٣٤,٦	الأول
الجزيرة	٢٠٧	١٤٢	٢٦	٣٧٥	٣٠,٤	الثاني
النيل للأخبار	٣٠	٦٠	٣٦	١٢٦	١٠,٣	الثالث
العربية	٣٣	٦٦	٢٣	١٢٢	٩,٩	الرابع
الفضائية الأولى	٢١	٢٦	٢٤	٧١	٥,٧	الخامس
الثانية المصرية	٦	٣٨	٥	٤٩	٣,٩	السادس
Nile TV	٦	١٠	٧	٢٣	١,٨	السابع
الكويت	٩	—	٣	١٢	.٩	الثامن
الثالثة المصرية	—	٤	٥	٩	.٧	التاسع
MBC	—	٤	٢	٦	.٥	العاشر
أبو ظبي	—	٢	٣	٥	.٤	الحادي عشر
الحرية	—	٢	٢	٤	.٣	الثاني عشر
المحور	—	—	٣	٣	.٢	الثالث عشر
CBS	—	٢	١	٣	.٢	الرابع عشر
CNN	—	٢	—	٢	.١	الخامس عشر
المجد	—	—	١	١	.١	السادس عشر
المجموع	٦٦٠	٤١٤	١٦٥	١٢٣٩	١٠٠	

## البحوث

يتضح من نتائج الجدول السابق أن القناة الأولى للمصرية الأرضية جاءت في الترتيب الأول لمجموع أوزان مسرجحة ٤٢٨ ونسبة ٥٣,٦%، تليها قناة الجزيرة بمجموع أوزان مسرجحة ٣٧٥ ونسبة ٣٠,٤% وفي الترتيب الثالث قناة النيل للأخبار بمجموع أوزان مسرجحة ١٢٦ ونسبة ١٠,٣% وفي الترتيب الرابع قناة العربية الفضائية بمجموع أوزان مسرجحة ١٢٢.

وبلى ذلك مجموعة من القنوات الأخرى ، كما هو موضح بالجدول.

سادساً : أنواع الأخبار التي يتم التعرض لها.

جدول (٦) : أنواع الأخبار التي يتم التعرض لها .

نوع الخبر	ك	%	الترتيب
سياسي	٢١٦	٢٣,٥	الأول
كوارث وحوادث	١٣٠	١٤,١	الثاني
دولي	١١٦	١٢,٦	الثالث
رياضي	١٠٤	١١,٤	الرابع
أخبار الطقس ودرجات الحرارة	٨٩	٩,٧	الخامس
أخبار عربية	٨١	٨,٨	السادس
محلي	٥٢	٥,٧	السابع
تصريحات مسؤولين دوليين	٤٧	٥,١	الثامن
اقتصادي	٤٤	٤,٨	التاسع
تصريحات مسؤولين حكوميين	٣٤	٣,٧	العاشر
أخبار فنية	٤	٠,٤	الحادي عشر
أخبار علمية	٢	٠,٢	الثاني عشر
المجموع	٩١٩	١٠٠	

يتضح من نتائج الجدول (٦) أن الأخبار السياسية تأتي في مقدمة الأخبار التي يهتم الجمهور بمتابعتها من خلال شريط الأنباء ؛ حيث جاءت مجموع تكرارات ٢١٦ ونسبة ٢٣,٥% تليها أخبار

(\*) ترك الباحث للمبحوث حرية اختيار أكثر من بديل.

## البحوث

الكوارث والحوادث بتكرارات ١٣٠ ونسبة ١٤,١% تليها الأخبار الدولية بتكرارات ١١٦ ونسبة ١٢,٦%. ثم فئات الأخبار الأخرى كما هو موضح بالجدول .

سابعاً : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى بالقناة نفسها .  
جدول (٧) : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى بالقناة نفسها .

الحرص على المتابعة	التكرار والنسبة	ك	%
زيادة الحرص بشدة على المتابعة .	٤٧	١٨,٨	
زيادة الحرص على المتابعة .	٩٣	٣٧,٢	
لم تؤثر على المتابعة .	٧٣	٢٩,٢	
قللت الحرص على المتابعة .	٣٣	١٣,٢	
قللت الحرص بشدة على المتابعة .	٤	١,٦	
المجموع	٢٥٠	١٠٠	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن متابعة شريط الأنباء أدت إلى زيادة حرص أفراد العينة على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى بالقناة نفسها ، حيث جاء بديل "زيادة الحرص" بمجموع تكرارات ٩٣ بنسبة ٣٧,٢% ، يليه بديل " لم تؤثر على المتابعة" بمجموع تكرارات ٧٣ ونسبة ٢٩,٢% ، يليه بديل "زيادة الحرص بشدة" بمجموع تكرارات ٤٧ ونسبة ١٨,٨% ، في حين جاء بديل "قللت الحرص" و"قللت الحرص بشدة" بنسب ١٣,٢% و ١,٦% على التوالي .

ثامناً : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى .

جدول (٨) : تأثير الاعتماد على شريط الأنباء على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى .

الحرص على المتابعة	التكرار والنسبة	ك	%
زيادة الحرص بشدة على المتابعة .	٣٩	١٥,٦	
زيادة الحرص على المتابعة .	٧٦	٤٠,٣	
لم تؤثر على المتابعة .	٩٦	٣٨,٤	
قللت الحرص على المتابعة .	٣١	١٢,٤	
قللت الحرص بشدة على المتابعة .	٨	٣,٢	
المجموع	٢٥٠	١٠٠	

## البحوث

يتضح من نتائج الجدول السابق أن متابعة شريط الأنباء لم تؤثر على متابعة الخدمات الإخبارية المقدمة في القنوات الأخرى ؛ حيث جاءت مجموع تكرارات ٩٦ بنسبة ٣٨,٤%، يلي ذلك بديل "زيادة الحرص بشدة على المتابعة" مجموع تكرارات ٣٩ ونسبة ١٥,٦% ، في حين جاء بديل "قللت الحرص" وقللت الحرص بشدة" بنسب ١٢,٤ و ٣,٢% على التوالي .

تاسعاً : العوامل المؤثرة على متابعة شريط الأنباء .

جدول (٩) : العوامل المؤثرة على متابعة العينة لشريط الأنباء .

الترتيب	%	ك	التكرار والنسبة	العامل
الأول	٣١,٥	١٥١	الخبر	
الثاني	٢٩,٦	١٤٢	القناة	
الثالث	١٥,٢	٧٣	الوقت	
الرابع	١٥,٢	٧٣	المضمون	
الخامس	٨,٥	٤١	التكرار	
	١٠٠	٤٨٠	المجموع	

يتضح من نتائج الجدول (٩) أن طبيعة الخبر تعد العامل الذي يأتي في الترتيب الأول من العوامل المؤثرة على متابعة أفراد العينة لشريط الأنباء ؛ حيث جاء مجموع تكرارات ١٥١ تكراراً ونسبة ٣١,٥% ، يليه في الترتيب الثاني العامل الخاص بنوع القناة حيث جاء مجموع تكرارات ١٤٢ ونسبة ٢٩,٦% يليه في الترتيب الثالث عامل : وقت عرض شريط الأنباء والمضمون للمعرض على الشاشة وقت عرض الشريط ؛ حيث جاء كل منهما مجموع تكرارات ٧٣ ونسبة ١٥,٢% ، وجاء في الترتيب الرابع العامل الخاص بتكرار عرض الشريط مجموع تكرارات ٤١ ونسبة ٨,٥% .



عاشراً : الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على شريط الأنباء.

جدول (١٠) : الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على شريط الأنباء .

الآثار	مدى الموافقة	موافق جداً	موافق	لا أعرف	معارض جداً	معارض	الجمهور
١- متابعي لشريط الأنباء تجعلني متابعاً بصورة فورية للأحداث.	١٢٦	١٠٦	٦	٨	١	٢٥٠	
٢- أتعرف الأخبار من خلال شريط الأنباء التي قد لا يسمح وقت متابعتها من خلال النشرات المفصلة.	٩٢	١١٢	٧	٣٧	٢	٢٥٠	
٣- أفضل متابعة القنوات التي تقدم خدمة إخبارية من خلال شريط الأنباء.	٥٥	١٢٤	٢٤	٤٥	٢	٢٥٠	
٤- أحسّس على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى لتعرف تفصيلات الأخبار الواردة في الشريط.	٥٩	١٤١	١٧	٢٣	١	٢٥٠	
٥- تكونت لدى عادة قراءة شريط الأنباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهد في جميع الأوقات.	٩٩	١٢٠	٧	١٩	٥	٢٥٠	
٦- أعلق على بعض الأخبار الواردة في الشريط وأناقشها مع من حولي .	٦١	١١٧	١٢	٥٧	٣	٢٥٠	
٧- أتنقل أحياناً في المشاهدة بين عدة قنوات لتعرف خبر معين من خلال أكثر من مصدر .	٨٨	٨٧	١٢	٥٣	١٠	٢٥٠	
٨- لا تؤثر متابعتي لشريط الأنباء على متابعتي للمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط.	٢٧	٧٥	٢٢	٩٤	٣٢	٢٥٠	
٩- القناة التي لا تقدم شريط أنباء تفقد كثيراً من قدرتها على جذب المتابعي .	٢١	٦٠	٢٠	١١٦	٣٣	٢٥٠	
١٠- يعكس شريط الأنباء قدرة القناة على الحصول على الأخبار وكيفية متابعتها للأحداث .	٨٤	٩٦	٢٤	٤٠	٦	٢٥٠	

يتضح من الجدول (١٠) ما يلي :

- جاء الأثر المرفق " متابعي لشريط الأنباء تجعلني متابعاً بصورة فورية للأحداث " في مقدمة الآثار المستحصقة من الاعتماد على شريط الأنباء ؛ حيث جاء بمجموع تكرارات ١٢٦ موافق جداً و ١٠٦ موافق .

## البحرث

■ جاء الأثر السلوكي " تكونت لدى عادة قراءة شريط الأنباء بسبب قدرته على توفير الخير للمشاهد في جميع الأوقات" في الترتيب الثاني من الآثار للتحقق بمجموع تكرارات ٩٩ موافق جداً و ١٢٠ موافق.

■ جاء الأثر المعرف " اتعرف الأخبار من خلال شريط الأنباء ، والتي قد لا يسمح وقتي بمتابعتها من خلال النشرات المفصلة" في الترتيب الثالث بمجموع تكرارات ٩٢ موافق جداً و ١١٢ موافق.

■ ثم جاءت الآثار الأخرى على الترتيب:

السرايع : أنتقل أحياناً في المشاهدة بين عدة قنوات لتعرف خبر معين ، من خلال أكثر من مصدر (سلوكي) .

الخامس : يعكس شريط الأنباء قدرة القناة على الحصول على الأخبار وكفاءتها في متابعة الأحداث (وجداني) .

السادس : أعلق على بعض الأخبار الواردة في الشريط وأناقشها مع من حولي . (سلوكي) .

السابع : أحصر على متابعة الخدمات الإخبارية الأخرى لتعرف تفاصيل الأخبار الواردة في الشريط (سلوكي) .

العاشر : أفضل متابعة القنوات التي تقدم خدمة إخبارية من خلال شريط الأنباء (وجداني) .

الحادي عشر : لا تؤثر متابعة شريط الأنباء على متابعة المضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط (سلوكي) .

الثاني عشر : القناة التي لا تقدم شريط أنباء تفقد كثيراً من قدرتها على جذب انتباهي (وجداني) .

## نتائج اختبارات الفروض :

### نتائج اختبارات الفرض الأول:

توجد علاقة دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية : (النوع - السن - التعليم - الوظيفة - المستوى الاجتماعي والاقتصادي) ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

## البحوث

قام الباحث باستخدام مقياس اختبار المطابقة (كا<sup>٢</sup>) لقياس وجود علاقة بين متغيري الفرض .

وجاءت نتائج الاختبار كالتالي :

أولاً : اختبار وجود علاقة بين النوع والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

جدول (١١) : اختبار وجود علاقة بين النوع والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

العامل	درجات الحرية	كا <sup>٢</sup>	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
الخبر	١	٠,٠١٨	٠,٠٠٩	٠,٨٩٣	غير دال
الوقت	١	٠,٣٢٣	٠,٠٣٦	٠,٥٧٠	غير دال
التكرار	١	٠,٨٤٠	٠,٥٨	٠,٣٦٠	غير دال
المضمون	١	٢,٧٥٤	٠,١٠٤	٠,٠٩٧	غير دال
القناة	١	٠,٩٦٣	٠,٠٦٢	٠,٣٢٦	غير دال

يتضح من النتائج السابقة : أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين النوع وأى من عوامل الاعتماد على شريط الأنباء.

ثانياً : اختبار وجود علاقة بين التعليم والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات.

جدول (١٢) : اختبار وجود علاقة بين التعليم والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات.

العامل	درجات الحرية	كا <sup>٢</sup>	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
القناة	١	١٠,٩٩٩	٠,٢٠٥	٠,٠٠١	دال
الخبر	١	٨,٢٨٥	٠,١٧٩	٠,٠٠٤	دال
الوقت	١	٤,١٤١	٠,١٢٨	٠,٠٤٢	غير دال
المضمون	١	١,٠٥٦	٠,٠٦٥	٠,٣٠٤	غير دال
التكرار	١	٠,١٧٧	٠,٠٢٧	٠,٦٧٤	غير دال

### البحوث

يتضح من النتائج السابقة : أنه توجد علاقة ذات دلالة بين كلٍّ من نوع القناة والتعليم ، وكذلك بين طبيعة الخير والتعليم ، في حين لم يثبت وجود علاقة بين التعليم والعوامل الأخرى .

ثالثاً : اختبار وجود علاقة بين العمر والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار .

جدول (١٣) : اختبار وجود علاقة بين العمر والعوامل المؤثرة على اعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار .

العامل	درجات الحرية	كا <sup>٢</sup>	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
القناة	٢	٦,٣٣٩	٠,١٥٧	٠,٠٤٧	غير دال
الخبر	٢	١٣,٨٢٢	٠,٢٢٩	٠,٠٠١	دال
الوقت	٢	١,٦٠٩	٠,٠٨٠	٠,٤٤٧	غير دال
المضمون	٢	٤,٢٠٦	٠,١٢٩	٠,١٢٢	غير دال
التكرار	٢	٠,٦٢٨	٠,٠٥٠	٠,٧٣٩	غير دال

يتضح من نتائج الجدول السابق : أنه توجد علاقة ذات دلالة بين طبيعة الخير والعمر ، في حين لم يثبت وجود علاقة بين العمر والعوامل الأخرى.

رابعاً : اختبار وجود علاقة بين المهنة والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار.

جدول (١٤) : اختبار وجود علاقة بين المهنة والعوامل المؤثرة على اعتماد على شريط الأنباء كمصدر للمعلومات والأخبار.

العامل	درجات الحرية	كا <sup>٢</sup>	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
القناة	٤	١٢,٠٤٤	٠,٢١٤	٠,٠١٧	غير دال
الخبر	٤	١٠,٥٤٦	٠,٢٠١	٠,٠٣٢	غير دال
الوقت	٤	٥,٠٠٨	٠,١٤٠	٠,٢٨٧	غير دال
المضمون	٤	٣,٥٣٢	٠,١١٨	٠,٤٧٣	غير دال
التكرار	٤	٢,٥٢٧	٠,١٠٠	٠,٦٤٠	غير دال

يتضح من الجدول أنه لا توجد علاقة بين للهيئة والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

خامساً : اختبار وجود علاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

جدول (١٥) : اختبار وجود علاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

العامل	درجات الحرية	كا'	معامل التوافق	مستوى المعنوية	الدلالة
الخبر	٢	٢,٩٧٥	٠,١٠٨	٠,٢٢٦	غير دال
الوقت	٢	٨,٣٦٦	٠,١٨٠	٠,٠١٥	غير دال
التكرار	٢	٠,١٥٧	٠,٠٢٥	٠,٩٢٥	غير دال
المضمون	٢	٥,٨٤	٠,١٤٤	٠,٠٧١	غير دال
القناة	٢	٧,٥٧٩	٠,١٧٢	٠,٠٢٣	غير دال

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه لا توجد علاقة بين المستوى الاجتماعي والاقتصادي ، والعوامل المؤثرة على الاعتماد على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات.

### نتائج اختبارات الفرض الثاني :

توجد علاقة ارتباطية بين مدى الاعتماد على شريط الأنباء ، وتأثير ذلك الاعتماد على متابعة الخدمات الإخبارية المفصلة بالقناة نفسها وكذلك بالقنوات الأخرى ، وعلى تحقق الآثار المرئية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

بمعنى أنه :

- كلما زادت شدة الاعتماد ، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقناة نفسها .
  - كلما زادت شدة الاعتماد، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى
  - كلما زادت شدة الاعتماد تحققت الآثار.
- ولاختبار الجزء الأول من الفرض " كلما زادت شدة الاعتماد زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقناة نفسها " استخدم الباحث معامل ارتباط "سبيرمان" حيث جاء الارتباط إيجابياً = ٠,١٩٨ ، عند مستوى معنوية ٠,٠٠٢ وهو ارتباط غير قوى .

## البحسوث

ولاختبار الجزء الثاني من الفرض " كلما زادت شدة الاعتماد ، زاد الحرص على متابعة الخدمات الإخبارية بالقنوات الأخرى " استخدم الباحث معامل ارتباط "سبيرمان" حيث جاء الارتباط إيجابياً = ٠,٠٧٨ عند مستوى معنوية ٠,٢١٧ وهو ارتباط غير قوى .

ولاختبار الجزء الثالث من الفرض " كلما زادت شدة الاعتماد تحققت الآثار " استخدم الباحث معامل ارتباط "سبيرمان" حيث جاء الارتباط إيجابياً = ٠,٤٤٥ بدلالة ٠,٠٠٠ وهو ارتباط متوسط القوة.

• وبصفة عامة تثبت النتائج أنه كلما زاد اعتماد الفرد على شريط الأنباء ، زاد حرصه على متابعة تفصيلات الخبر بالقناة نفسها بصورة أكثر من حرصه على متابعة تفصيلات الخبر بالقنوات الأخرى. كما أنه كلما زاد اعتماده على شريط الأنباء أدى ذلك إلى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

## نتائج اختبارات الفرض الثالث :

تؤثر متغيرات (النوع-العمر- التعليم- الوظيفة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي - مدى الاعتماد على شريط الأنباء) على تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد.

تحقق الآثار : قام الباحث بتصميم مقياس لآثار الاعتماد ، يتضمن عشر جمل يعلق عليها المبحوث كالآتي: موافق جداً = ٥ ، موافق = ٤ ، لا أعرف = ٣ ، معارض = ٢ ، معارض جداً = ١) وبالتالي يصل مجموع الإجابات في حال تحقق الآثار بصورة كاملة إلى ٥٠ درجة.

أولاً : تأثير النوع على تحقق آثار الاعتماد. ( باستخدام T-Test ).

جدول (١٦) : تأثير النوع على تحقق آثار الاعتماد. ( باستخدام T-Test ).

النوع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	ت	مستوى المعنوية	الدلالة
ذكور	٣٧,٠٢	٥,٢٢	٢٤٧	٠,١٢٢	٠,٩٠٣	غير قال
إناث	٣٧,١٠	٤,٥٣				

تشير نتائج اختبار T-Test إلى عدم تأثير متغير النوع على تحقق آثار الاعتماد على شريط الأنباء .

## البحوث

ثانياً : تأثير التعليم على تحقق آثار الاعتماد ( باستخدام T-Test ) .

جدول (١٧) : تأثير التعليم على تحقق آثار الاعتماد ( باستخدام T-Test ) .

نوع التعليم	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	ت	مستوى الدلالة	الدلالة
تعليم عال	٣٧,٢٨	٥,٠١	٢٤٧	١,٣٤٠	٠,١٨٢	غير دال
تعليم متوسط	٣٦,٢٧	٤,٦٦				

تشير النتائج إلى عدم تأثير متغير التعليم على تحقق آثار الاعتماد على شريط الأنباء.

ثالثاً : تأثير العمر على تحقق آثار الاعتماد ( باستخدام T-Test ) .

جدول (١٨) : تأثير العمر على تحقق آثار الاعتماد ( باستخدام T-Test ) .

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	٣٨٠,٢٨٠	١٩٠,١٤٠	٢	٨,٢٢٨	٠,٠٠٠
داخل الفئات	٥٦٧٨,٨١٦	٢٣,١٢١	٢٤٦		
المجموع	٦٠٦٨,٠٩٦		٢٤٨		

يتضح من خلال الجدول السابق وجود تأثير للعمر على تحقق الآثار الناتجة عن الاعتماد على شريط الأنباء ؛ حيث تتحقق هذه الآثار لدى الفئة العمرية الثالثة (الأكثر) ، تليها الفئة العمرية الأولى (الأصغر) ثم الفئة الثانية (المتوسطة).

متوسط حسابي للفئة الثالثة ٣٨,٧٦ - انحراف معياري ٤,٩٦

متوسط حسابي للفئة الأولى ٣٦,٣٥ - انحراف معياري ٤,٦٨

متوسط حسابي للفئة الثانية ٣٥,٩٩ - انحراف معياري ٤,٧٨

رابعاً : تأثير المهنة على تحقق آثار الاعتماد .

جدول (١٩) : تأثير المهنة على تحقق آثار الاعتماد .

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	٨٧,٣٧٠	٢١,٨٤٣	٤	٠,٨٩١	٠,٤٧
داخل الفئات	٥٩٨٠,٧٢٦	٢٤,٥١١	٢٤٤		
المجموع	٦٠٦٨,٠٩٦		٢٤٨		

### البحوث

يتضح من النتائج السابقة : أنه لا يوجد تأثير للمهنة على تحقق آثار الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية.

خامساً : تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي على تحقق آثار الاعتماد.

جدول (٢٠) : تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي على تحقق آثار الاعتماد.

مصدر البيانات	مجموع المبيعات	متوسط المبيعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	١١٩,١١٣	١٩٠,١٤٠	٢	٢,٤٦٣	٠,٠٨٧
داخل الفئات	٥٩٤٨,٩٨٣	٢٣,١٢١	٢٤٦		
المجموع	٦٠٦٨,٠٩٦		٢٤٨		

يتضح من النتائج السابقة : أنه لا يوجد تأثير للمستوى الاقتصادي الاجتماعي على تحقق آثار الاعتماد للمعرفية والوجدانية والسلوكية .

سادساً : تأثير مدى قوة الاعتماد على شريط الأنباء على تحقق آثار الاعتماد.

تم تحديد مدى قوة الاعتماد من خلال الجدول رقم (٣) كالتالي :

أحد المصادر الأساسية لتعرف الأنباء = ٤ اعتماد قوى جداً .

أحد المصادر الثانوية لتعرف الأنباء = ٣ اعتماد قوى .

مصدر للأنباء في بعض الظروف والأوقات = ٢ اعتماد متوسط .

مصدر أتعرض إليه بالصدفة ومن خلاله أتعرف على الأنباء = ١ اعتماد ضعيف .

جدول (٢١) : تأثير مدى قوة الاعتماد على شريط الأنباء على تحقق آثار الاعتماد.

مصدر البيانات	مجموع المبيعات	متوسط المبيعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين الفئات	١٤٠٣,٨٦٠	٤٦٧,٩٥٣	٣	٢٤,٥٨٠	٠,٠٠٠
داخل الفئات	٤٦٦٤,٢٣٧	١٩,٠٣٨	٢٤٥		
المجموع	٦٠٦٨,٨٦		٢٤٨		



يتضح من نتائج الجدول السابق أن مدى الاعتماد على شريط الأنباء يؤثر على تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية ؛ حيث تتحقق الآثار بصورة أكبر لدى فئة الذين يعتمدون على شريط الأنباء كمصدر أساسي للأنباء (متوسط حسابي ٣٩,٩٩ وانحراف معياري ٣,٧) ، يلي ذلك فئة الذين يعتمدون على شريط الأنباء كمصدر ثانوي (متوسط حسابي ٣٦,٨٣ وانحراف معياري ٥,٥٥) ، يلي ذلك الذين يعتمدون على شريط الأنباء بالصدفة (متوسط حسابي ٣٥,١٩ وانحراف معياري ٤,٨٣) ، ثم الذين يعتمدون على شريط الأنباء في ظروف معينة (متوسط حسابي ٣٤,٥٥ وانحراف معياري ٤,١١).

### النتائج العامة :

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، من أهمها :

- ارتفاع نسب تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية السريعة ، ومنها عناوين الأخبار وشرائط الأنباء.
- ارتفاع نسبة الذين يعتمدون شريط الأخبار مصدراً أساسياً للأنباء، كما ترتفع نسبة من يعتمدون شريط الأنباء مصدراً للمعلومات عند وقوع أحداث معينة ، يتطلب منهم متابعتها والوقوف على تداعياتها.
- وعن أسباب الاعتماد على شريط الأنباء جاء سبب "تعرف الأنباء العاجلة" و"المتابعة السريعة للأخبار" في مقدمة الأسباب ، التي تدفع الجمهور للاعتماد على شريط الأنباء.
- وتؤكد النتائج السابقة أن شريط الأنباء يعد حلقة إخبارية مهمة ؛ بسبب تقديمها للأخبار بصورة فورية سريعة ، إلى جانب أنها تقدم الخبر بصورة مختصرة ، فضلاً عن ملائمتها لعرض الأنباء العاجلة.
- وبالنسبة لنوعيات الأخبار التي يحرص الجمهور على التعرفها جاءت الأخبار السياسية وأخبار الكوارث والحوادث في المقدمة ، وهو ما يرتبط بطبيعة هذه الأخبار التي تتصف بالفورية والحالية وتجذب الجمهور لمتابعتها.
- وفيما يتعلق بتأثير الاعتماد على شريط الأنباء ، توصلت الدراسة إلى أن متابعة شريط الأنباء تؤدي إلى زيادة حرص الجمهور على متابعة تفاصيل الأخبار في الخدمات الإخبارية الأخرى التي تقدمها القناة، إلا أنها في الوقت نفسه لا تؤثر بصورة كبيرة على حرص الجمهور على متابعة تفاصيل الخبر في قنوات أخرى .

## البحوث

- وجاءت طبيعة الخبر كأهم عامل يؤثر على متابعة الجمهور لشريط الأنباء، تليه القناة التي تقدم شريط الأنباء، وهو ما يؤكد أن شريط الأنباء يرتبط الاعتماد عليه كمصدر للخبر بعوامل تختلف باختلاف المضمون والقناة وعوامل أخرى، موضحة في الدراسة.
- وفيما يتعلق بالآثار الناتجة عن الاعتماد: جاء الأثر المعرفي " متابعي لشريط الأنباء يجعلني متابعاً بصورة فورية للأحداث" في مقدمة الآثار المتحققة من الاعتماد على شريط الأنباء يليه الأثر السلوكي " تكونت لدى عادة قراءة شريط الأنباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهد في جميع الأوقات" يليه الأثر المعرفي " اتعرف على الأخبار، من خلال شريط الأنباء التي قد لا يسمح وقتي بمتابعتها، من خلال النشرات المفصلة".

### وفيما يتعلق بنتائج اختبارات فروض الدراسة :

- ثبت أنه توجد علاقة بين درجة التعليم وتأثير عامل مضمون الخبر والقناة على الاعتماد على شريط الأنباء.
- كما لم يثبت وجود ارتباط قوى بين مدى اعتماد الجمهور على شريط الأنباء، وزيادة حرصه على متابعة الخدمات الإخبارية بالقناة مقدمة الشريط والقنوات الأخرى .. إلا أنه ثبت وجود ارتباط متوسط بين مدى الاعتماد، وتحقيق آثار الاعتماد على شريط الأنباء.
- كما ثبت من الدراسة وجود تأثير للنوع على تحقق آثار الاعتماد، كما ثبت أن مدى الاعتماد على شريط الأنباء يؤثر على تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد.

### توصيات الدراسة :

يوصى الباحث بضرورة تعرف قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية على مدى متابعة جمهورها لشريط الأنباء الذي تقدمه، وكذلك عملها الإخبارية المختلفة. وأن تهتم بعدة عوامل، ثبت أنها تؤثر على متابعة الجمهور للشريط، وهي: طبيعة الخبر المعروض، توقيت عرض الشريط، والمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط. كما يوصى الباحث بضرورة عدم التكرار الزائد لمعلومات وأخبار شريط الأنباء حتى لا يمل للمشاهد منها ويتصرف عن متابعتها. كما يوصى الباحث بضرورة تعامل قنوات التلفزيون المختلفة مع الخبر المقدم، من خلال شريط الأنباء كخدمة إعلامية تقدم للجمهور، بهدف جذبه لمشاهدة القناة ومتابعة برامجها، وهو ما يتطلب تحديث هذه الأخبار بصورة مستمرة وتنوع فائقا.

مراجع الدراسة

1. Everett E. Dennis, *Of Media and People* (USA: Sage Publications, 1992).p.21
2. Devid Dermers and K. Viswanath, *Mass Media Social Control and Social Change: a macrosocial perspective* (USA: Lawa University Press, 1999).p.83
3. Chris Berker, *Global Television: an introduction* (USA: Blachwell Publisher, 1997) p. 130
4. Patricie Holland, *The Television Handbook*, 2ed (USA: Routledge, 2000).
5. Stuart Allan, *News Culture* (USA Stuart Allan, 1999) p. 120
6. Rebecca Lee in Caroline Kelly, How does the news effect our lives, [www.bgsu.edu/2b-3-2004.11.30.p.m.p.2](http://www.bgsu.edu/2b-3-2004.11.30.p.m.p.2)
7. Ibid. p. 3
8. John P. Robinson and Mark R. Lavy, News Media Use and Informed Public, *Journal of Communication*, 46 (1), Spring 1996. pp. 129-135.
9. John Herbert, Journalism in the digital age (USA: Focal Press, 2000) p. 59.
10. Stuart Allan, Op. Cit. p. 127
11. Robert E. Park in Howard Tumber, *News: A reader* (USA: Oxford, 1999) p. 11.
12. Michael Schudson, *The Power of News*, 2ed (USA: Harvard University, 126) p. 16).
13. Glenn G. Sparks, *Media Effects Research*, (USA: Wadsworth, 2002). P. 154.
14. Raymond L.Caroll, Donald M.Devis, *Electronic Media Programming: Strategies and Decision Making* (USA: Mc Grow Hill, inc., 1993) p. 6.
15. Paddy Scennall, *Radio – Television and Modern life* (USA: Blackwell Publisher, 1996) p. 12.
16. Raymond L. Carroll, Donald M. Davis, Op. Cit., p. 19.
17. John Longer, *Tabloid Television* (USA: Routledge, 1998) p. 1.
18. Raymond L. Carroll, Donald M. Davis, Op. Cit., p. 19.
19. SJ. Bell Rokeach, The origins of individual media system dependency, *Communication Research*, vol. 12, No. 4. October 1986, pp. 485-510.
20. Katherine Miller, *Communication Theories: Prespective, Processes, and Contents* (USA: Mc Grow Hill, 2000) p. 249.
21. Denis Mc Quail, Sven Windahl, *Communication Models*, 2ed (USA: Longman, 1993). pp. 111-112.
22. John Downing, *Internationalizing Media Theory: transition, power, culture* (London: Sage Publication ltd., 1996) p. 191.

23. Stanley J. Baran, Dennis K. Devis, **Mass Communication Theory: foundations, ferment and future**, 3ed (USA: Wadsworth, 2003) pp. 320-322.
24. Hugh M. Culbertson, Guido H. Stempel, How media use and reliance effect knowledge level, **Communication Research**, vol. 13, No. 4, October 1986, pp. 479-602.
٢٥. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام ونظائرات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧) ص ٢٣٦.
26. William E. loges, Perceptions of threat and media system dependency relations, **Communication Research**, vol. 21, No. 1, February 1994, pp. 5-23.
27. Sonia Livingstone, **Making sense of television: the Psychology of salience interpretation**, 2ed. (USA: Routledge, 1998) p. 19.
28. William E. Loges, **Op.Cit.**, pp. 5-23.
29. Denis Mc Qail and Seven Windahle, **Op. Cit.**, p. 113.
30. Barry A. Hollander, Television news exposure and foreign affairs knowledge, **Gazette**, Vol. 59, No. 2 April 1997. pp. 151-161.
31. Glenn Iasher and Michael L. Mc Kean, Using TV news for political information during off year electronics, **Journalism and Mass Media Quarterly**, vol. 74, No. 1 spring 1997. pp. 69-83.
32. Doris A. Graber, **Mass Media and American Politics**, 5ed. (USA: Ca Press, 1997) p. 6.
٣٣. لتصرف طبعة كل تأثير :  
حين عماد مكاي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظائراته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٣٢٩-٣٢٠).
- أحمد فاروق رضوان، مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية الدولية كمصدر للحصول على المعلومات، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠٠٣. ص ٩٣-٩٧.
34. James Watson, **Media Communication: an introduction to theory and process** (USA: Mac Millen Press ltd: 1998) p. 65.
35. Katherine Miller, **Op.Cit.**, p250
36. Stanley J. Baran, Dennis K. Devis, **Op.Cit.**, p. 320.
37. Robert Abelman and David J. Alkin, **The Televiewing Audience** (USA: Hampton Press, inc. 2002) 168.
38. Glenn G. Sparks, **Op.Cit.**, p. 154.
39. Stuart Allan, **Op. Cit.**, p. 123.

## تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية

د. عادل عبد الغفار<sup>(١)</sup>

### مشكلة البحث وأهميته :

**[ترجم]** معركة الجمهور العربي بالقنوات الإخبارية العربية إلى نوفمبر من عام ١٩٩٦، حينما بدأ البث الرسمي لقناة الجزيرة بست ساعات يوميا ، تزايدت حتى وصلت إلى ٢٤ ساعة يوميا بدءا من عام ١٩٩٩ . وتبث إرسالها حاليا من خلال ٦ أقمار صناعية تغطي معظم أنحاء العالم ، كما تقدم نشراتها وبرامجها على موقعها بشبكة الإنترنت.<sup>(٢)</sup>

وتقدم قناة الجزيرة نشراتها الإخبارية على مدار الساعة ، كما تقدم عدداً من البرامج الإخبارية المعنية بشؤون الساعة، إضافة إلى عدد من البرامج الثقافية والوثائقية والحوارية الشهيرة التي استطاعت أن تجذب قاعدة عريضة من الجمهور العربي. ويرى البعض في هذه القناة بدعلاً إعلامياً جديداً حرك المساهمات السراكية في أداء الإعلام العربي، حيث خرجت هذه القناة عن النمط التقليدي العربي المعتاد في الأداء الإخباري.<sup>(٣)</sup>

ووفقاً لقانون إنشائها، فإن قناة الجزيرة تعد قناة مستقلة ذات شخصية معنوية.<sup>(٤)</sup> وربما قصد من التكييف القانوني لوضع القناة إبعاد صفة الرسمية عنها على المستوى السياسي والمالي والإداري.<sup>(٥)</sup> وربما يخالف ذلك معطيات الواقع الفعلي في أداء القناة على مستوى التوجه والتمويل، ويثير ذلك تساؤلاً محورياً ، تسعى الدراسة للإجابة عنه حول تقييم توجهات القناة وتمويلها من وجهة نظر النخبة الإعلامية في عينة الدراسة.

وشهد شهر أكتوبر من عام ١٩٩٨ بداية البث الرسمي لقناة النيل للأخبار Nile News معدل ساعتين يوميا ، تزايدت تدريجياً حتى بلغت ٢٠ ساعة يوميا. وتبث هذه القناة إرسالها رقمياً من خلال

---

(١) مدرس بكلية الإعلام - قسم الإذاعة - جامعة القاهرة .

## البحوث

أربعة أقطار صناعية تغطي المنطقة العربية وأوروبا وأفريقيا، والولايات المتحدة.<sup>(٢)</sup> وتمتد قناة النيل للأخبار قناة إخبارية رسمية، تعبر عن وجهة النظر المصرية في مجريات الأحداث المحلية والإقليمية والدولية.<sup>(٣)</sup> وتقدم هذه القناة عديداً من نشرات الأخبار ومواجيز الأنباء، إضافة إلى عدد كبير من البرامج الإخبارية والسياسية التي تناقش قضايا الساعة، وتبرز وجهة نظر مصر حيالها.<sup>(٤)</sup>

وفي ٢٠ فبراير من عام ٢٠٠٣، بدأ البث الرسمي لقناة العربية الإخبارية، وهي قناة مملوكة جزئياً لمركز تليفزيون الشرق الأوسط MBC، إلى جانب مستثمرين لبنانيين وكويتيين، وهو ما يعطيها طابع الاستقلال في تقديم خدماتها الإخبارية.<sup>(٥)</sup> وتستهدف هذه القناة تقديم وجهة النظر العربية في الأحداث السياسية المتلاحقة في المنطقة.<sup>(٦)</sup> كما تسعى إلى تقديم الأخبار وقت حلولها على مدار الساعة، وتقديم سلسلة من البرامج التي تعالج القضايا العربية، كما تقدم ما وراء الأحداث من خلال برامج تحليلية متعمقة، وتبث إرسالها من دبي، وتعتمد في عملها على نخبة من الإعلاميين العرب.<sup>(٧)</sup>

وبعد مرور ثمانية أعوام على بدء تجربة القنوات الإخبارية العربية، ودورها البارز في معالجة الأحداث والقضايا المحلية والإقليمية والدولية، وتنامي دورها في إمداد الجمهور العربي بالمعلومات حول الأحداث الجارية، تأتي أهمية مشكلة هذا البحث التي تتناول تقويم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية على مستوى تحرير وتقديم وإخراج نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية المقدمة بهذه القنوات، وتحديد درجة التزامها بتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية في أدائها الإخباري، إضافة إلى تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في تخطيط وتنظيم وإدارة العمل الإعلامي بهذه القنوات، اعتماداً على تقييم مخرجات هذه القنوات على مستوى النشرات والبرامج الإخبارية، ومعرفة الرأي السائد حول أساليب التمويل والتوجه السياسي لكل منها، وتأثير ذلك على الاتجاهات نحوها، بفرض الوقوف على أوجه القصور في أداء هذه القنوات، وبالتالي تحديد آليات التطوير المستقبلي الذي ينبغي أن تعمل في ظل هذه القنوات.

وتتبع أهمية مشكلة هذا البحث من طبيعة الموضوع الذي تتناوله، حيث تمت بتقويم أداء القنوات الإخبارية العربية، كما تتبع أهميتها أيضاً من تطبيقها على عينة من النخبة الإعلامية المصرية، وهي نخبة متخصصة ذات صلة مباشرة بالعمل الإخباري، وبالتالي، لديها القدرة أكثر من غيرها على تقديم رؤية موضوعية بشأن تقويم الأداء المهني لهذه القنوات، كما توظف هذه الدراسة عدداً من النظريات العلمية لخدمة البحث من خلال قياسات منهجية ملائمة، إضافة إلى تقديم رؤى ومقترحات مستقبلية يمكن أن تسهم في تطوير الأداء الإعلامي للقنوات الإخبارية العربية.

أهداف البحث : تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تعرف درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات.
- تقييم مستوى الأداء المهني على مستوى نشرات الأخبار والبرامج المقدمة بهذه القنوات .
- تعرف التوجهات السياسية التي تحكم معالجة القنوات الإخبارية العربية للأحداث الجارية، وارتباطها بأساليب التمويل وأنماط الملكية لهذه القنوات.
- تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات الإخبارية العربية.
- تعرف نقاط القوة والضعف في أداء القنوات الإخبارية العربية، ومقترحات نخبة الإعلاميين لتطوير الأداء الإخباري بها.
- تعرف مجموعة المتغيرات المؤثرة في تشكيل اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

#### الأسطر النظرية للدراسة :

تستفيد هذه الدراسة أولاً من الأفكار الأساسية التي طرحتها نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام ، حيث اهتمت هذه النظرية بتحديد الوظائف التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع ، وتحديد المعايير الأساسية للأداء الإعلامي، إضافة إلى القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء واجباتهم الوظيفية.<sup>(١١)</sup>

واهتمت نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام بالقيم التي ينبغي أن تحكم عملية جمع ونشر الأخبار، وأشارت إلى ضرورة احترام حرمة الحياة الخاصة للأفراد ، مع عدم التفريط في الكشف عن أي فساد يهدد المجتمع.<sup>(١٢)</sup> وأوصت بضرورة الحفاظ على سرية المعلومات التي يؤدي كشفها إلى الضرر بأمن المجتمع واستقراره، وعدم اللجوء إلى وسائل غير شرعية لدفع مصادر للمعلومات إلى الإدلاء بالمعلومات.<sup>(١٣)</sup> كما اهتمت هذه النظرية بقيم المعالجة الإعلامية للموضوعات والأحداث والقضايا المعقدة ، والتي ينبغي أن تشمل على الصدق ، الدقة ، الشمول ( خلفية الحدث - الأشخاص الفاعلين - طبيعة الظروف للكتابة والزمانية - الأبعاد السياسية والاقتصادية للحدث)، والموضوعية بأبعادها المختلفة : (الإسناد - التوازن - فصل الخبر عن الرأي - اللغة المستخدمة).<sup>(١٤)</sup>

وإذا كان مفهوم الموضوعية الذي تثيره هذه النظرية يمد مفهوماً جديداً ، يصعب توافره في الواقع العملي، حيث يصعب تقديم معالجة إعلامية للأحداث دون تفسير، فإنه يمكن الحديث عن موضوعية

## البحوث

نسبية يمكن اعتبارها من خلال عدة أبعاد تشمل : تقدم الحقائق - توضيح مصادر المعلومات - الفصل بين الخبر والرأى - الحياد - التوازن في عرض وجهات النظر.<sup>(١٥)</sup>

ويسترشد الباحث بمعطيات هذه النظرية في وضع الأسس العلمية التي يمكن على أساسها تقييم درجة المسؤولية الاجتماعية والمهنية في الأداء الإخباري ، على مستوى تحرير وتقديم وإخراج النشرات والبرامج الإخبارية في القنوات العربية الإخبارية.

كما يستفيد الباحث من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency في تحديد درجة الأهمية التي تحظى بها القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات في الظروف العادية ، وفي وقت الأزمات بين أفراد العينة من النخبة الإعلامية ، على أساس أن الأفراد يقيمون علاقات اعتماد مع وسائل الإعلام بصفة عامة ، أو وسيلة إعلامية معينة وفقا لحدود أهميتها لهم ، كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية.<sup>(١٦)</sup>

ويرتبط بنجاح وسائل الإعلام بصفة عامة في تحقيق هذه العلاقة على عاملين أساسيين ، يتصل بالأول بقدرته هذه الوسائل على مواجهة احتياجات الأفراد للمعلومات، ويرتبط الثاني بظروف الاستقرار في المجتمع مقابل ظروف عدم الاستقرار خلال الأزمات والصراعات ، حيث يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات إبان الأزمات والكوارث.<sup>(١٧)</sup> وتدرج الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام حيث تبدأ بالآثار المعرفية، تليها الآثار الوجدانية، ثم الآثار السلوكية.<sup>(١٨)</sup>

إضافة إلى ما تقدم ، فإن هذه الدراسة تستفيد أيضا من نظريات الإدارة الحديثة في مجال الإعلام، حيث تعتمد للمؤسسات الإعلامية المختلفة على عدد من المدخلات. تتصل الأولى بالعناصر الأساسية التي لا تستطيع أية مؤسسة إعلامية أن تعمل دونها مثل : الأفراد ، المعدات ، الأموال . وتتصل الثانية بمدخلات تسهم إيجابيا في تحسين كفاءة التشغيل مثل توظيف التكنولوجيا الحديثة لتطوير العمل الإعلامي . وتتصل الثالثة بمدخلات تفسر تأثير البناء الثقافي للمجتمع على كفاءة المؤسسات الإعلامية في إنجاز المهام المكلفة بها ، حيث تساعد الثقافات المتقدمة وسائل الإعلام على العمل بكفاءة.<sup>(١٩)</sup>

وإذا كانت وظائف الإدارة في المؤسسات الإعلامية مثل أية إدارة في مجالات أخرى تتمثل في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة<sup>(٢٠)</sup>، إلا أن اختلاف طبيعة العمل الإعلامي عن المجالات الأخرى ولا سيما في مجال التغطية الإخبارية ، وتعامل الإعلام مع الأحداث الجارية لحظة بلحظة، يجعل من عملية الإدارة بعناصرها المختلفة أحد العوامل الأساسية التي تحقق النجاح للمؤسسات الإعلامية.



وتتمثل المشكلة الأساسية في توظيف مبادئ العلوم الإدارية لتقييم مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات الإخبارية العربية في صعوبة الحكم على مدى كفاءة مدخلات العمليات الإدارية ، دون معاينة بيئة العمل في هذه القنوات، وأمكن التغلب على هذه المشكلة من خلال إدراج العناصر الملموسة التي يمكن الحكم عليها من خلال المشاهدة التلفزيونية ضمن صحيفة الاستقصاء للحكم عليها، وتقييم بقية العناصر من خلال تقييم غرضات القنوات محل الدراسة على مستوى النشرات والبرامج.

### مراجعة الدراسات السابقة :

#### أولاً : دراسات وبعوث ترتبط بالقنوات الإخبارية العربية :

انتهت "سلوى إمام" (٢٠٠١) إلى أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة القنوات العربية الفضائية المفضلة لدى الجمهور المصري.<sup>(٢١)</sup> كما خلصت "هبة شاهين" (٢٠٠١) إلى أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة القنوات المفضلة لإمداد الجمهور المصري بالمعلومات حول الأحداث الجارية من خلال النشرات والبرامج الإخبارية.<sup>(٢٢)</sup> وانتهى "وليد عمشة" (٢٠٠١) من دراسته التحليلية لقناتي الجزيرة ومركز تلفزيون الشرق الأوسط، إلى أن الأخبار المقدمة بكتليهما تتسم بالحيادية ، كما يبرز في كتليهما التوازن في معالجة الأحداث الدولية ، إضافة إلى أن البرامج الإخبارية تعالج موضوعات تتسم بالآنية والسعونة واللمحظة ، والاعتماد التسي على مبادئ الموضوعية والشمول والتوازن في المعالجة.<sup>(٢٣)</sup> وكشفت دراسة "عبد الرحمن الشامي" (٢٠٠٢) عن أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة المصادر التي يفضل الجمهور اليمني متابعة الأحداث من خلالها<sup>(٢٤)</sup>. وأكدت دراسة أخرى أجراها "عمد الفقيه" (٢٠٠٢) على الجمهور اليمني أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة القنوات الإخبارية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية<sup>(٢٥)</sup>. وخلص "عادل عبد الغفار" (٢٠٠٢) إلى أن قناة الجزيرة جاءت في مقدمة مصادر المعلومات العربية التي اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية في متابعة أحداث ١١ سبتمبر وتفاعيلها المختلفة.<sup>(٢٦)</sup> كما انتهت دراسة "حنان سليم" و "حسام سلامة" (٢٠٠٢) إلى أن قناة الجزيرة تقدم الغرب في نشراتها وبرامجها الإخبارية في صورة إعلامية يغلب عليها الطابع السلبي.<sup>(٢٧)</sup>

وانتهت دراسة "رحيم مزيد" (٢٠٠٢) حول قناة الجزيرة إلى عدة نتائج، تمثل أهمها في تعدد عوامل الجذب في المعالجة الإخبارية المقدمة بهذه القناة، وتشتمل على الجرأة في طرح الموضوعات المختلفة ، والابتعاد عن الرتابة والرمحية ، والاهتمام بقضايا المواطن العربي، والاحتراف في جمع وتحري

## البحوث

وتقدم الأخبار. ويقابل هذه الزايا وجود سليات عديدة في ممارسة العمل الإخباري بهذه القناة تتمثل في خضوعها للسياسة القطرية في أحيان كثيرة، وتقديمها لشخصيات إسرائيلية في معالجتها الإخبارية ، ودعوتها في حملات إعلامية مع بعض الحكومات العربية ، وتركيزها على الجانب السلبي في العلاقات العربية - العربية.

وخلصت الدراسة ذاتها إلى أن القائمين بالاتصال في هذه القناة يتمتعون بمستوى خيرة متميز ، وأن لديهم قدرًا كبيرًا من الحرية النسبية في معالجتهم للأحداث العربية والدولية، كما أشارت هذه الدراسة أيضا إلى اتساع جماهيرية قناة الجزيرة كمصدر للمعلومات بين المواطنين العرب داخل الدول العربية وخارجها ، وفق استطلاعات الرأي العام التي أجريت على عدد من العواصم العربية والدولية.<sup>(٢٨)</sup>

وانتهت "إيمان جمعة" (٢٠٠٣) من دراستها حول معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية في مرحلة ما قبل الحرب على العراق ، إلى أن القناة قدمت إطاراً إيجابياً نحو العراق مقابل إطار دلالى سلبى نحو بقية الأطراف ( الولايات المتحدة - النظم العربية - المسؤولون الغربيين ) ، كما أشارت الدراسة إلى تمتع للمعالجة الإخبارية حول هذه القضية بالموضوعية والتوازن إلى حد كبير.<sup>(٢٩)</sup>

وعلى مستوى قناة النيل للأخبار، انتهت "نشوى عقل" (٢٠٠٢) إلى أن هذه القناة تركز في نشراتها وبرامجها الإخبارية على القضايا المحلية الخاصة بمصر، يليها الاهتمام بالقضايا العربية ولا سيما القضية الفلسطينية ، كما أكدت الدراسة ذاتها تراجع قيم الفورية والتوازن في المعالجة الإخبارية للأحداث التي تقدمها نشرات الأخبار ، ورصدت هذه الدراسة أهم الضغوط التي يواجهها القائمون بالاتصال في هذه القناة ، وتمثلت في الضعف التقني ، وضعف التدريب ، ونقص الموارد ، إضافة إلى الضغوط المهنية والروتين اليومي.<sup>(٣٠)</sup>

كما انتهت "صفا عثمان" (٢٠٠٢) إلى أن ٥٨% من طلاب الجامعات المصرية في عينة الدراسة بشاهدون القنوات الإخبارية، وتأتى قناة الجزيرة في مقدمة القنوات التي يفضل الشباب مشاهدتها ، وتأتى قناة CNN الإخبارية في المرتبة الثانية، في حين تأتى قناة النيل للأخبار في المرتبة الثالثة. كما أكدت الدراسة وجود ارتباط بين مشاهدة قناة النيل للأخبار وترتيب أولويات القضايا لدى طلاب الجامعات المصرية. مما يتوافق مع أحندة النيل للأخبار.<sup>(٣١)</sup>

وعلى مستوى المقارنة بين كفاءة القنوات العربية الإخبارية في إدارة الأزمات العربية، انتهى "عادل صلاح الدين" (٢٠٠٤) إلى أن القنوات الثلاث ( الجزيرة - العربية - النيل للأخبار) تلعب دوراً ملحوظاً في إدارة الأزمات العربية الراهنة ، كما خلصت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة تأتي في المرتبة الأولى من حيث الانطباع الإيجابي حولها بين أفراد العينة من النخبة المصرية ، في حين تأتي قناة العربية والنيل للأخبار في مراتب تالية.<sup>(٣٦)</sup>

### ثانياً: دراسات وبعوث ترتبط بالنخبة في علاقتها بوسائل الإعلام :

(أ) دراسات ترتبط باستخدامات النخبة لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات:

خلص "Boyd" (١٩٧٨) إلى أن مسئولى الحكومة المصرية يثقون في الإعلام المحلي، ويعتمدون عليه كمصدر للمعلومات، في مقابل ذلك يفضل أفراد النخبة غير الرسمية استخدام وسائل الإعلام الدولية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.<sup>(٣٧)</sup> وانتهى "Bybee" & "Comadena" (١٩٨٤) إلى أن أعضاء مجلسي الشيوخ والنواب يعتمدون على الصحف في المرتبة الأولى كمصدر للحصول على المعلومات ، يليها في ذلك الإذاعة المسبوعة ثم التلفزيون.<sup>(٣٨)</sup> وانتهت دراسة "Comax Cook" وزملائه (١٩٨٢) إلى اختلاف تأثير أجنحة الصحف على أجنحة النخب المختلفة في المجتمع الأمريكي ، ففي حين أثرت الأخبار المقدمة في وسائل الإعلام في إدراك النخبة الحكومية لأهمية بعض القضايا ، فلما لم تؤثر في إدراك أهمية هذه القضايا لدى النخبة من ممثلي المصالح الخاصة.<sup>(٣٩)</sup> وكشفت دراسة "Anokwa & Salwan" (١٩٨٨) عن وجود ارتباط قوى بين أجنحة النخبة وأجنحة الصحف في غانا يفوق ذلك الارتباط بين أجنحة الجمهور العام وأجنحة الصحف في المجتمع نفسه.<sup>(٤٠)</sup>

وعلى مستوى الدراسات العربية ، خلص "عادل عبد الغفار" (١٩٩٥) إلى أن النخبة المصرية أكثر تفضيلاً لوسائل الاتصال الدولية في الحصول على المعلومات لمراقبة البيئة مقارنة بوسائل الاتصال المحلية.<sup>(٤١)</sup> وتوصلت "سوزان القليق" (١٩٩٨) إلى نتيجة مغايرة للنتيجة السابقة، حيث جاء التلفزيون المصري في مقدمة مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها النخبة المصرية في استقاء المعلومات حول حادث الأقصر.<sup>(٤٢)</sup> وأثبتت دراسة "إيمان الصياد" (٢٠٠٢) أن النخبة المصرية تعتمد على المصادر الدولية في المرتبة الأولى للحصول على المعلومات أثناء الأزمات والكوارث ، ويأتي اعتمادها على قناة الجزيرة في المرتبة الثانية ، في حين يأتي اعتمادها على المصادر المحلية في المرتبة الأخيرة.<sup>(٤٣)</sup> في حين

خلصت "سهام نصار" (٢٠٠٢) إلى تفوق وسائل الإعلام المحلية على وسائل الإعلام الأجنبية في إمداد النخبة المصرية بالمعلومات حول الأحداث المحلية<sup>(٤٠)</sup>.

(ب) دراسات وبحوث ترتبط بتقييم النخبة لأداء وسائل الإعلام :

انتهى "Caspi" (١٩٨١) إلى أن السياسيين في إسرائيل أكثر انتقاداً لوسائل الاتصال الإلكترونية مقارنة بوسائل الاتصال المطبوعة، كما أن التلفزيون كان وسيلة الإعلام الأكثر انتقاداً من جانب النخبة، حيث يعد أكثر وسائل الإعلام تحيزاً للحكومة<sup>(٤١)</sup>. وخلص "Danke" (٢٠٠٠) إلى وجود علاقة مصالح متبادلة ومتشابكة بين الإعلاميين والسياسيين، وتؤثر هذه العلاقة على غط تعامل وسائل الإعلام مع قضايا المجتمع<sup>(٤٢)</sup>. وتوصل "Garrison" (٢٠٠٢) إلى أن الإنترنت تعد مصدراً غير موثوق بالنسبة لكثير من الصحفيين، ولا تحظى بالمصداقية، رغم تزايد الاعتماد عليها بصفة مستمرة<sup>(٤٣)</sup>.

وعلى مستوى الدراسات العربية، خلصت "هريدا مصطفى" (٢٠٠١) إلى أن النخبة المصرية ترى أن ما يخصه التلفزيون من وقت لعرض برامج الأحزاب السياسية المعارضة أثناء انتخابات مجلس الشعب يعد غير كاف، كما أن توقيت عرض برامج الأحزاب تلفزيونياً غير ملائم للقاعدة العريضة من الجماهير<sup>(٤٤)</sup>. وانتهت "جيهان يسرى" (٢٠٠٢) إلى أن تغطية التلفزيون المصري لأحداث وقضايا الإرهاب الدولي جاءت تقريرية من وجهة نظر الإعلاميين، ورأى الإعلاميون في عينة الدراسة ضرورة تفسير شكل ومضمون المعالجة التلفزيونية لمعالجة الأحداث الجارية بما يحقق لها الفورية وسرعة الإيقاع وتقدم وجهات النظر المختلفة حول الأحداث<sup>(٤٥)</sup>.

كما انتهت "هريدا مصطفى" (٢٠٠٢) إلى أن الإعلام المصري لم يف باحتياجات النخبة من المعلومات بما يتوافق مع مستوياتها المعرفية وأنساقها العلمية، وهو ما أدى إلى عدم تأثرها بتوجهات التغطية الإعلامية حول أحداث الحادى عشر من سبتمبر<sup>(٤٦)</sup>. وكشفت دراسة "أميرة المباسى" (٢٠٠٣) حول تقييم الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية في الصحف الخاصة عن وجود عدد من الإيجابيات في أداء هذه الصحف، تتمثل في التركيز على موضوعات وقضايا تتعاملها الصحف القومية والحزبية، كما أوضحت وجود سلبيات في أداء الصحف الخاصة لمل أهمها سعيها للربح والإعلان على حساب القيم المهنية والأخلاقية للصحافة<sup>(٤٧)</sup>. وأكدت دراسة "عادل صلاح الدين"

## البحوث

(٢٠٠٣) أن الإعلاميين يرون أن القنوات الخاصة المصرية لا تضطلع بمهام الحفاظ على المويين : العربية والإسلامية، وأما تتجاوز حدود العادات والتقاليد في المجتمع ، وإن كانت هذه القنوات تتمتع بقدر واسع من الحرية<sup>(٤٨)</sup>.

(جس) دراسات وبحوث ترتبط برؤية النخبة لتطوير الأداء الإعلامي :

تناولت دراسة "عادل ضيف" (٢٠٠٢) رأى النخبة في كيفية توظيف الإعلام لتحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج، وأكدت الدراسة فكرة المسؤولية المشتركة للحكومات والسفارات ووسائل الإعلام في تحسين ملامح هذه الصورة<sup>(٤٩)</sup>. كما اهتمت دراسة "محمد رضا" (٢٠٠٢) بالموضوع السابق ذاته ، حيث ترى النخبة المصرية ضرورة توظيف المضمون الإعلامي الموجه للخارج بشكل جيد، والتنسيق بين الجهات الإسلامية المعنية ، وتفعيل دور التجمعات العربية الإسلامية في الخارج<sup>(٥٠)</sup>. كما تناولت دراسة "Lomax cook" (٢٠٠٢) تقييما لكيفية استمطاف النخبة السياسية للرأى العام ، من خلال التصريحات والعبارة التي تنشر للنخبة السياسية في وسائل الإعلام<sup>(٥١)</sup>.

ثالثا: دراسات وبحوث ترتبط بالأطر النظرية للدراسة :

اعتمدت عدة بحوث ودراسات عربية على نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام كإطار نظري ، يوجه هذه البحوث نحو تحقيق أهدافها الخاصة بقياس حدود الالتزام الأخلاقي والاجتماعي والمهني في الأداء الإعلامي بوسائل الاتصال المختلفة.

فقد تناول "محمد حسام" (١٩٩٦) أبعاد المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية القومية والحزبية ، وحدود الاختلاف بينهما في درجة الالتزام الاجتماعي والأخلاقي نحو قضايا المجتمع<sup>(٥٢)</sup>. كما تناولت "أمل متولى" و"سحر فاروق" (٢٠٠٣) أخلاقيات نشر الجريمة في الصحافة المصرية، وأهم السليات التي تصاحب الأداء الصحفي في نشر الجريمة<sup>(٥٣)</sup>. وتناولت دراسة "عادل عبد الغفار" و"سونيا بدوس" (٢٠٠٣) أخلاقيات الإعلام الطلي في وسائل الإعلام المصرية، وصدت أهم السليات التي تؤخذ على أداء الإعلام المصرى فيما يتصل بالجوانب الصحية والطبية<sup>(٥٤)</sup>. كما رصدت دراسة "عبد البواد سعيد" (٢٠٠٣) أبعاد المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية في معالجة قضايا المجتمع المصرى الاقتصادية<sup>(٥٥)</sup>. وتناولت دراسة "هبة شاهين" (٢٠٠٣) أخلاقيات العمل الإخبارى في مجال الأعبار الإذاعية والتلفزيونية بالتطبيق على مصر<sup>(٥٦)</sup>. كما تناول "عادل عبد الغفار" (٢٠٠٣) أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة بالتطبيق على برامج الرأى المقدمة لها<sup>(٥٧)</sup>.

## المبحث

وتعددت الدراسات والبحوث التي استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لها، حيث استخدمت هذا الإطار "عزة عبد العظيم" (١٩٩٣) في دراستها حول اعتماد البالغين على التلفزيون كمصدر للمعلومات حول المخابرات<sup>(٥٨)</sup>. وخلصت "أمل جابر" (١٩٩٦) إلى أن التلفزيون المصري يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه الجمهور في الحصول على المعلومات حول الأحداث الخارجية<sup>(٥٩)</sup>. كما انتهى "عمد الفقيه" إلى أن التلفزيون يعد المصدر الأول الذي يعتمد عليه الجمهور اليمني في الحصول على المعلومات السياسية<sup>(٦٠)</sup>. كما أكدت دراسة قامت بها "ليلى حسين" (١٩٩٨) أن التلفزيون يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه طلاب الجامعات المصرية في متابعة الأحداث الجارية<sup>(٦١)</sup>. وأكدت دراسة قام بها "عادل عبد الغفار" (٢٠٠٢) أن التلفزيون المصري وقناة الجزيرة، وتعد قناة CNN الإخبارية أهم المصادر التي اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية في متابعة أحداث ١١ سبتمبر وثوابعها<sup>(٦٢)</sup>.

وبخلص الباحث من استعراض الدراسات والبحوث السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة إلى أهم الملاحظات الآتية :

- أهمية القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات يعتمد عليها الجمهور العام والنخبة في متابعة الأحداث الجارية .
- تعدد الاتجاهات البحثية لدراسات النخبة في علاقتها بوسائل الإعلام ، حيث يركز أحد الاتجاهات على استخدامات النخبة لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات ، ويركز الثاني على تقييم النخبة للأداء الإعلامي ، ويركز الثالث على آراء النخبة في تطوير الأداء الإعلامي.
- تناولت بعض الدراسات تقييم أداء إحدى القنوات الإخبارية العربية، أو رصد الاتجاهات نحو هذه القنوات بالتطبيق على معالجتها لقضاياها معينة.
- يعد موضوع التقييم للمهني لأداء القنوات العربية الإخبارية مجالاً بكرًا للبحث ، وهو ما يعطى أهمية لإجراء مثل هذه الدراسة.
- يمكن الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في البناء المنهجي للبحث.

### فروض الدراسة :

#### الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة الآتية:

( أ ) درجة الالتزام المهني في نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات.

(ب) درجة الالتزام المهني في البرامج المقدمة بهذه القنوات.

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية في إدارة هذه القنوات.

#### الفرض الثاني :

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات في الظروف العادية وفي أوقات الأزمات كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة الآتية:

( أ ) درجة الالتزام المهني في نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات.

(ب) درجة الالتزام المهني في البرامج المقدمة بهذه القنوات.

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية في إدارة هذه القنوات.

#### الفرض الثالث :

توجد اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية العربية ، فيما يتصل بدرجة الالتزام المهني على مستوى نشرات الأخبار، والبرامج المقدمة بهذه القنوات، ومستوى الكفاءة الإدارية وفقا لآراء النخبة الإعلامية .

#### الفرض الرابع :

توجد اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية العربية المتخصصة ، فيما يتصل بتقييم أبعاد التوجه السياسي العربي لهذه القنوات وفقا لآراء النخبة الإعلامية.

التعريفات الإجرائية للمفاهيم :

المسئولية المهنية في الأداء الإخباري :

درجة الالتزام المهني بمبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية في العمل الإخباري على مستوى النشرات والبرامج.

تقويم الأداء المهني :

تحديد نقاط القوة والضعف في الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية، واستخلاص آليات لتطوير العمل بهذه القنوات مستقبلا.

القنوات الإخبارية العربية :

هسى القنوات المتخصصة في تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة على مستوى النشرات والبرامج الإخبارية والبرامج التي تناقش قضايا الساعة في كافة المجالات، وتشمل في هذه الدراسة قنوات: الجزيرة - العربية - النيل للأخبار.

النخبة الإعلامية :

الإعلاميون الأكثر تأثيرا في مجريات العمل الإعلامي اليومي من قيادات الصف الأول والثاني في المؤسسات الإعلامية المختلفة ( الإذاعة - التلفزيون - الصحف - هيئة الاستعلامات ... إلخ).

الفرجة السياسي :

الخط السياسي الذي تنتهجه القنوات الإخبارية العربية في معالجتها للأحداث والقضايا المحلية والإقليمية والدولية في نشراتها وبرامجها الإخبارية.

الفرجة السياسي العربي :

المنهج السياسي العربي الذي تبنيه القنوات الإخبارية العربية في معالجة قضايا الوطن العربي، والعلاقات العربية - العربية، والعلاقات العربية - الدولية.

الكفاءة الإدارية في العمل الإخباري :

جودة التخطيط والتنظيم والمتابعة والتقييم في ممارسة العمل الإخباري اليومي، والذي تبنى آثاره الواضحة في مخرجات العمل الإخباري على مستوى النشرات والبرامج.



## الإجراءات المنهجية للدراسة :

( أ ) نوع البحث ومنهجه :

بعد هذا البحث من الدراسات الوصفية الكمية ، حيث يستهدف تقوم أداء القنوات الإخبارية العربية ، اعتمادا على توظيف منهج المسح في استقصاء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية لتحديد نقاط القوة والضعف في الأداء المهني للقنوات الإخبارية، واستخلاص آليات واضحة لتطوير الأداء الإخباري بهذه القنوات مستقبلا .

(ب) مجتمع البحث والعينة :

تطبق هذه الدراسة على مجتمع النخبة الإعلامية المصرية في مجالات العمل المختلفة ( الإذاعة - التلفزيون - الصحف - هيئة الاستعلامات - إضافة إلى التدريس الأكاديمي الإعلامي) . وتم التركيز على النخبة الإعلامية تحديداً في هذه الدراسة باعتبارها أكثر الفئات المهنية ، التي تستطيع تقييم الأداء المهني للقنوات الإخبارية بمحكم الخبرة الوظيفية في مجال الإعلام، وخلفياتها المعرفية حول حرية العمل الإعلامي في مجال الأخبار ، وما تتطلبه طبيعة العمل الإعلامي من ضرورة متابعة الأحداث الجارية في مصادر المعلومات المختلفة ، وبالتالي تنتمي لديها القدرة أكثر من غيرها على إصدار أحكام موضوعية إلى حد كبير بشأن تقييم مستوى الأداء المهني في القنوات الإخبارية العربية .

وأجرى الباحث الدراسة المسحية على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من النخبة الإعلامية المصرية في مجالات العمل الإعلامي المختلفة، وتم استخدام أسلوب العينة المتساوي في تحديد حصص كل مجال إعلامي من إجمالي عدد مفردات العينة حيث يصعب استخدام أسلوب العينة المتناسب، في ضوء غياب احصائيات دقيقة عن عدد العاملين في كل تخصص من التخصصات التي شملتها الدراسة المسحية .  
ويوضح الجدول التالي تفاصيل توزيع العينة.

توزيع عينة الدراسة

التخصص	إذاعة	تليفزيون		الصحف			هيئة الاستعلامات	التدريس الأكاديمي	الإجمالي
		حكومي	خاص	قومية	حزبية	خاصة			
حجم العينة	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٠٠

## البحوث

وتم اختيار مفردات كل تخصص وفق أسلوب العينة المتاحة للإعلاميين الذين أمكن مقابلتهم من قيادات الصف الثاني، أو الإعلاميين في الدرجات الوظيفية الأقل، حيث تم التركيز على التخصصات الوظيفية ذات الصلة بالعمل الإخباري، وتوزعت عينة الدراسة على مستوى التعليم إلى ٧٥% من حملة للوهلات العليا، و ٢٥% من الحاصلين على الدراسات العليا. وعلى مستوى النوع جاء تمثيل الذكور بنسبة ٦٧% مقابل ٣٣% للإناث.

(جـ) أداة جمع البيانات واختبارات الصدق والقياس :

اعتمد الباحث على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، وركزت الصحيفة على عدة محاور ترجمت أهداف الدراسة، وتمثلت في قياس درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات، وقياس درجة الالتزام المهني بمبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية في إعداد وتقديم وإخراج النشرات والبرامج بهذه القنوات، حيث أعد الباحث مقياساً مكوناً من إحدى وعشرين عبارة لقياس درجة الالتزام المهني في نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية، على مستوى عدة عناصر شملت التنوع والتوازن في النشر، القيم المهنية في نشرات الأخبار، تحرير الأخبار وتقديمها، الصورة التلفزيونية ودعم الأخبار. كما تم إعداد مقياس مكون من سبع عشرة عبارة لقياس درجة الالتزام المهني في البرامج المقدمة بهذه القنوات على مستوى عدة عناصر شملت إعداد البرامج، تقديم البرامج، الإخراج والصورة، إضافة إلى التفاعل مع الجمهور. وطلب الباحث من أفراد العينة تقييم درجة توافر كل سمة من السمات التي يتضمنها المقياس بالنسبة للأداء الإخباري على مستوى النشرات والبرامج، ويعطى المبحوث ثلاث درجات في حالة الإجابة (نعم)، ويعطى درجتان في حالة الإجابة (إلى حد ما)، ويعطى درجة واحدة في حالة الإجابة (لا) تمهيداً لعمل مقاييس تجميعية، تعطى صورة إجمالية حول تقييم الأداء المهني في القنوات الإخبارية العربية على مستوى النشرات والبرامج.

كما تضمنت صحيفة الاستقصاء مقاييس تستهدف تقييم مستوى الكفاءة الإدارية، التوجه السياسي العربي، ونظم التمويل والملكية في هذه القنوات، وتحديد نقاط القوة والضعف في أدائها الإخباري، وآليات التطوير التي يمكن توظيفها مستقبلاً لتطوير أداء هذه القنوات.

ولاختبار قدرة صحيفة الاستقصاء على قياس ما استهدف قياسه<sup>(١٦)</sup>، عرضها الباحث على مجموعة من الخبراء في مناهج البحث وموضوع الدراسة<sup>(١٧)</sup>. كما قام الباحث بعمل اختبار قبلي Pre-Test على صحيفة الاستقصاء بتطبيقها على ٦ من المعلمين والمدرسين المساعدين بكلية الإعلام<sup>(١٨)</sup>.

إضافة إلى عمل اختبار بعدى Re-Test لاختبار معدل الثبات للصحيفة ، واتضح تطابق إجابات المبحوثين الذين تعاملوا مع صحيفة الاستقصاء في المرتين : الأولى والثانية<sup>(١١)</sup> ، وهو ما يعنى ارتفاع نسبة الثبات، وبالتالي صلاحية أداء القياس لتحقيق أهداف الدراسة.

#### ( د ) جمع البيانات الميدانية ومراجعتها :

جمعت البيانات الميدانية لهذه الدراسة خلال النصف الأول من شهر إبريل لعام ٢٠٠٤ ، بمعاونة مجموعة من باحثى الدراسات العليا في مرحلتى الماجستير والدكتوراه<sup>(١٢)</sup> . وأعقب ذلك مراجعة هذه البيانات تمهيدا لمعالجتها إحصائيا باستخدام الحاسب الآلى.

#### ( هـ ) المعالجة الإحصائية للبيانات :

- استخدم الباحث البرنامج الإحصائى SPSS في معالجة البيانات إحصائيا باستخدام الحاسب الآلى، واعتمد الباحث على عدة معاملات إحصائية أسهمت في اختبار فروض الدراسة ، شملت :
- اختبار "كوكران" (Cochran's) للمقارنة بين متغير ثنائى القيمة (Dichotomous Variable) في ثلاث مجموعات مرتبطة أو أكثر.
- اختبار "فريدمان" أو ما يطلق عليه تحليل التباين ثنائى الاتجاه لـ "فريدمان" ( Friedman Two-Way Anova ) : للمقارنة بين متغير ما في ثلاث مجموعات مرتبطة أو أكثر .
- معامل ارتباط "بيرسون" لمعرفة اتجاه وقوة العلاقة بين متغيرين.

## نتائج الدراسة واختبارات الفروض

أولاً : النتائج العامة للدراسة :

مشاهدة النخبة الإعلامية للقنوات الإخبارية العربية :

جدول (١) : درجة حرص النخبة الإعلامية على مشاهدة القنوات الإخبارية العربية .

درجة المشاهدة		يشاهدها بانتظام		يشاهدها بشكل غير منتظم		لا يشاهدها		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١١٣	٦٥,٥	٧٣	٣٦,٥	١٤	٧	٢٠٠	١٠٠		
٤٧	٢٣,٥	١١٣	٥٦,٥	٤٠	٢٠	٢٠٠	١٠٠		
٧٩	٣٩,٥	٨٨	٤٤	٣٣	١٦,٥	٢٠٠	١٠٠		

يتضح من جدول (١) أن قناة الجزيرة تأتي في المرتبة الأولى بين القنوات الإخبارية العربية من حيث درجة الحرص على مشاهدتها بين أفراد النخبة الإعلامية المصرية، حيث يشاهدها ٩٣% من أفراد العينة، بينهم ٥٦% يشاهدونها بصفة منتظمة ، و ٣٦,٥% بصفة غير منتظمة. وتأتي قناة النيل للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة مشاهدة بلغت ٨٣,٥% ، موزعة بين المشاهدة المنتظمة (٣٩,٥%) والمشاهدة غير المنتظمة (٤٤%). في حين جاءت درجة الحرص على مشاهدة قناة العربية في المرتبة الثالثة بنسبة مشاهدة بلغت ٨٠% ، موزعة بين المشاهدة المنتظمة (٢٣,٥%) وغير المنتظمة (٥٦,٥%).

أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر لمعلومات النخبة الإعلامية:

جدول (٢): درجة أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر لمعلومات النخبة الإعلامية في الظروف العادية.

درجة الأهمية كمصدر للمعلومات		مهمة		مهمة إلى حد ما		غير مهمة		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٦١	٨٦,٦	٢٢	١١,٨	٣	١,٦	١٨٦	١٠٠		
٧٦	٤٧,٥	٧٥	٤٦,٩	٩	٥,٦	١٦٠	١٠٠		
٧٣	٤٣,٧	٧٥	٤٤,٩	١٩	١١,٤	١٦٧	١٠٠		

لنخلص من جدول (٢) إلى أن قناة الجزيرة تأتي في المرتبة الأولى من حيث الأهمية كمصدر لإمداد النخبة الإعلامية المصرية بالمعلومات في الظروف العادية على مستوى القنوات الإخبارية العربية (٦٨٦,٦%) ، يليها من حيث الأهمية قناة العربية (٤٧,٥%) ، ثم قناة النيل للأخبار (٤٣,٧%).

أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر لمعلومات النخبة الإعلامية أثناء الأزمات

جدول (٣) : درجة أهمية القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات وقت الأزمات<sup>(١)</sup>.

أنواع الأزمات			الأزمات المحلية			الأزمات العربية			الأزمات الدولية		
درجة الأهمية القنوات الإخبارية			مهمة إلى حد ما مهمة			مهمة إلى حد ما مهمة			مهمة إلى حد ما مهمة		
الجزيرة			٤٤,٦			٤٠,٩			١٤,٥		
العربية			٢٥			٥١,٢			٢٣,٨		
النيل للأخبار			٦٣,٣			٢٧,٥			٩		
			٣١,٧			٤٤,٣			٢٤		
			٣٥,٩			٣٤,٧			١٠,٢		
			٥٠,٦			١٣,١			٣١,٩		
			٨,٦			٩,٧			٨٠,١		

يلاحظ من جدول (٣) أن قناة النيل للأخبار تعد أهم القنوات الإخبارية العربية التي يعتمد عليها أفراد النخبة الإعلامية في حالة وجود أزمات محلية خاصة بمصر بنسبة ٦٣,٣% ، وبغارق واضح عن قناتي الجزيرة (٤٤,٦%) والعربية (٢٥%) ، ويعكس ذلك أهمية قناة النيل للأخبار للنخبة الإعلامية المصرية في متابعة القضايا المحلية الخاصة بالمتجمع المصري. كما يلاحظ أيضا من الجدول السابق، أن قناة الجزيرة تأتي في المرتبة الأولى من حيث أهميتها كمصدر لمتابعة الأزمات العربية والدولية معاً ، ويليهما في ذلك قناة العربية، ثم تأتي قناة النيل للأخبار في المرتبة الأخيرة .

(١) تم حساب النسب المئوية على أساس إجمالي عدد البحوث التي يشاهدون كل قناة، وبلغ ١٨٦ مفردة لقناة الجزيرة، و ١٦٠ مفردة لقناة العربية ، و ١٦٧ مفردة لقناة النيل للأخبار.

اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية :

جدول (٤) : اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية .

نوع الاتجاه		إيجابي		محايد		سلبي		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الإخبارية		١٢٧	٦٨,٣	٣٧	١٩,٩	٢٢	١١,٨	١٨٦	١٠٠
الجزيرة		٨٦	٥٣,٨	٦٤	٤٠	١٠	٦,٢	١٦٠	١٠٠
العربية		٨٨	٥٢,٧	٥٤	٣٢,٣	٢٥	١٥	١٦٧	١٠٠

يوضح جدول (٤) تباين اتجاهات أفراد العينة من النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية، حيث تأتي قناة الجزيرة في مقدمة القنوات الإخبارية من حيث الاتجاه الإيجابي نحوها ، حيث يوجد اتجاه إيجابي نحوها بين ثلثي أفراد العينة (٦٨,٣%) ، وتأتي قناة العربية في المرتبة الثانية من حيث الاتجاهات الإيجابية (٥٣,٨%) ، وتأتي قناة النيل للأخبار في المرتبة الأخيرة ، بفارق ضئيل عن قناة العربية (٥٢,٧%) .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة التي اهتمت برصد اتجاهات الجمهور المصري نحو وسائل الإعلام المختلفة ، من حيث أهميتها كمصادر للمعلومات، والاعتماد عليها في الظروف العادية وفي وقت الأزمات ، حيث انتهت "هبة شاهين" إلى أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة القنوات التي تمثّل الجمهور المصري بالمعلومات<sup>(٦٨)</sup> . وعلمت "سلوى إمام" إلى أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة القنوات الفضائية المفضلة لدى الجمهور المصري<sup>(٦٩)</sup> . وانتهى "محمد الفقيه" إلى أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة مصادر معلومات الجمهور اليمني المتابعة للأحداث الجارية<sup>(٧٠)</sup> . وخلص "رحيم مزيد" إلى اتساع جماهيرية قناة الجزيرة كمصدر للمعلومات بين المواطنين العرب داخل الوطن العربي وخارجه<sup>(٧١)</sup> . وتتفق أيضا مع نتائج دراسة "محمّد صلاح" التي توصلت إلى تفوق قناة الجزيرة على قناتي العربية والنيل للأخبار من حيث الانطباعات الإيجابية للنخبة حولها فيما يتصل بإدارة الصراعات<sup>(٧٢)</sup> .

### تقييم الأداء المهني في نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية :

قام الباحث بتقييم مستوى الأداء المهني في نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية، من خلال آراء عينة النخبة الإعلامية عن طريق مقياس يشتمل على ٢١ عبارة تعكس درجة الالتزام المهني في مجال الممارسة على مستوى نشرات الأخبار ، وطلب من المبحوثين تحديد درجة توافر كل سمة من السمات التي تعكسها عبارات المقياس في كل قناة إخبارية من القنوات الثلاث التي خضعت للدراسة ( الجزيرة - العربية - النيل للأخبار)، وفي حالة الإجابة (نعم) تحصل القناة على ٣ درجات فيما يتصل بدرجة توافر السمة، ودرجتين في حالة توافرها بشكل متوسط ، ودرجة واحدة في حالة عدم توافرها على الإطلاق . وأعقب ذلك قيام الباحث بعمل متوسط حسابي لدرجة توافر كل سمة من السمات التي تعكس درجة الالتزام المهني ، بهدف تسهيل عرض نتائج الدراسة من خلال أرقام بسيطة يسهل فهمها ، كما تعطى بجالا واضحا للمقارنة بين القنوات الثلاث على مستوى كل سمة من سمات الأداء المهني الإخباري ؛ علما بأن المتوسط الحسابي تم حسابه على أسس إجمالي عدد أفراد العينة الذين يشاهدون كل قناة (١٨٦ مفردة للجزيرة ، ١٦٠ مفردة للعربية، ١٦٧ مفردة لقناة النيل للأخبار) ويوضح الجدول التالي أهم ما انتهت إليه نتائج الدراسة ، فيما يتصل بتقييم مستوى الأداء المهني في نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية.

البحوث

جدول (٥) : تقييم النخبة الإعلامية لمسعى الأداء المهني في نشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية .

- ۳۶۲ -



نخلص من الإحصائيات التي يقدمها جدول (٥) إلى أهم النتائج الآتية :

● تأتي قناة الجزيرة في مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث مستوى الأداء المهني في نشرات الأخبار ، وتنفرد في ذلك بشكل ملحوظ على قناتي : العربية والنيل للأخبار، وتمثلت أهم القيم للمهنية في الأداء الإخباري بهذه القناة في: الفورية في تغطية الأحداث حال وقوعها، الاستعانة بالأفلام الحية من مواقع الأحداث ، من خلال جهود المراسلين، الاستفادة من الخبراء العرب والأجانب في تفسير الأحداث ، وتقديم الأخبار بشكل ينطوي على الجاذبية.

● جاءت قناة العربية في المرتبة الثانية من حيث درجة الالتزام المهني في الأداء الإخباري بنشرات الأخبار التي تقدمها القناة بعد قناة الجزيرة. ويلاحظ من معطيات الجدول السابق أن العربية تقترب من مستوى الأداء المهني الذي يميز قناة الجزيرة. وسجلت هذه القناة أفضل درجات الالتزام المهني لديها من وجهة نظر الإعلاميين في الاستعانة بتقارير المراسلين حول الأحداث التي تقدمها نشرات الأخبار، وما يترتب على ذلك من تقديم أفلام حية من مواقع الأحداث ، تثرى نشرة الأخبار وتجعلها أكثر جاذبية، والاستفادة من الخبراء العرب والأجانب في تفسير الأحداث التي تقدمها النشرات الإخبارية، إضافة إلى الإعراج الفني المتميز، وتوظيف الصورة التلفزيونية على نحو يساعد في جذب الجمهور لمشاهدة النشرة ومتابعتها.

● جاءت قناة النيل للأخبار في مؤخرة القنوات العربية الإخبارية من حيث مستوى الأداء المهني بنشرات الأخبار بوجه عام ، وإن لوحظ تفوق النيل للأخبار على قناتي الجزيرة والعربية فيما يتصل بتوازن أخبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية، وقدرة القناة على استخدام لغة متوازنة غير متحيزة في معالجة الأحداث، وهي من القيم المهمة التي ينبغي الحرص عليها في ممارسة العمل الإخباري.

ويمكن عرض النتائج الخاصة بتقييم المستوى المهني في الأداء الإخباري الخاص بنشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية ، من خلال مقياس تجميعي يوضح صورة مقارنة للقنوات الثلاث من خلال جدول (٦) ، تم استخلاصه على أساس درجات المبحوثين على مقياس العبارات الذي تم

## البحوث

مستخدمه لتقييم مستوى الأداء المهني، والذي أوضحه الجدول السابق، وتتراوح الدرجات التي يحصل عليها المبحوثون بين ٢١ درجة (الحد الأدنى للدرجات) ، و ٦٣ درجة (الحد الأقصى للدرجات)، وتم سسيم المبحوثين وفقاً للدرجات التي يحصلون عليها إلى ثلاثة مستويات: تقييم ضعيف لأداء القناة تتراوح درجاته بين ٢١ - ٣٤ ، وتقييم متوسط لأداء القناة وتتراوح درجاته بين ٣٥ - ٤٩ ، وتقييم جيد لأداء القناة وتتراوح درجاته بين ٥٠ - ٦٣، وبناء على هذه الدرجات تم تقسيم المبحوثين وفقاً لقيمهم لمستوى الأداء المهني بنشرات الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية إلى ثلاث فئات، ترى أولى منها أن مستوى الأداء المهني لهذه القنوات جيد، وترى الفئة الثانية أنه متوسط ، في حين ترى ثالثة أنه ضعيف .

سـدول (٦) : نتائج المقياس التجميعي لتقييم مستوى الأداء المهني في نشرة الأخبار المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية .

مستوى التقييم		جيد		متوسط		ضعيف		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الإخبارية									
الجزيرة		١٤٧	٧٩	٣٧	١٩,٩	٢	١,١	١٨٦	١٠٠
العربية		٩٩	٦١,٩	٥٧	٣٥,٦	٤	٢,٥	١٦٠	١٠٠
النيل للأخبار		٥٢	٣١,١	٩٩	٥٩,٣	١٦	٩,٦	١٦٧	١٠٠

وتؤكد نتائج هذا الجدول باستخدام المقياس التجميعي نتائج الجدول السابق (٥)، حيث تتفوق ناة الجزيرة بشكل واضح على قناتي العربية والنيل للأخبار فيما يخص بتقييم مستوى الأداء المهني لديها ، نشرة الأخبار ، حيث يرى ٧٩% من المبحوثين الذين يشاهدونها أنها تتمتع بمستوى جيد في أدائها لهن على مستوى النشرات ، ويرى ٢٠% أنها متوسطة المستوى، في حين ترى مفردة واحدة فقط أنها ضعيفة المستوى. وتأتي قناة العربية في المرتبة الثانية من حيث درجة الالتزام المهني في نشرة الأخبار ، حيث يرى ٦١,٩% من المبحوثين الذين يشاهدونها أنها جيدة في أدائها المهني ، ويرى ٣٥,٦% أنها متوسطة المستوى. وتأتي قناة النيل للأخبار في المرتبة الأخيرة، حيث يرى ٣١,١% فقط أنها متوسطة مستوى في أدائها المهني، في حين ترى الأغلبية (٥٩,٣%) أنها متوسطة المستوى، كما يرى ١٠% ريباً أنها ضعيفة المستوى.

وتستفك هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة ، حيث انتهى "رحيم مزهد" إلى أن قناة الجزيرة تنسب في أدائها الإخباري بالتركيز على قيم الصراع والفورية والجاهزية والإثارة<sup>(٧٣)</sup> . كما انتهى "خالد صلاح" إلى تفوق قناة الجزيرة على قناتي العربية والنيل للأخبار ، في ملامح إدارتها للصراعات العربية بالتطبيق على أزمة العراق، والجدار الفاصل في الأراضي المحتلة<sup>(٧٤)</sup> . كما خلصت "إيمان جمعة" إلى التزام قناة الجزيرة بدرجات مرتفعة من التوازن والموضوعية في معالجتها لقضية أسلحة الدمار الشامل العراقية في فترة ما قبل الحرب على العراق<sup>(٧٥)</sup> . كما أثبتت دراسة "نشوى عقل" تراجع قيم الفورية في تغطية الأحداث ، والتوازن في عرض وجهات النظر، كما أوضحت الدراسة تعدد الضغوط المهنية التي يواجهها القائم بالاتصال في قناة النيل للأخبار<sup>(٧٦)</sup> .

تقييم النخبة الإعلامية لمستوى الأداء المهني في البرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية :

يعرض جدول (٦) لأراء النخبة الإعلامية في هيئة الدراسة حول تقييم مستوى الأداء المهني للبرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية ، من خلال عدة عناصر شملت: الإعداد والتقديم والإخراج والتفاعل مع الجمهور.

## البحوث

جدول (٧) : تقييم النخبة الإعلامية لمسرى الأداء المهني في البرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية<sup>(١)</sup>.

عناصر التقييم	القنوات الإخبارية		
	الجزيرة	العربية	النيل للأخبار
عبارات التي تمكس عناصر التقييم المهني	للموسط الحسابي لدرجة الالتزام للمهني	للموسط الحسابي لدرجة الالتزام للمهني	للموسط الحسابي لدرجة الالتزام للمهني
إعداد البرامج	٢,٩	٢,٧	٢,٥
	٢,٨	٢,٦	٢,٣
	٢,٧	٢,٤	٢
	٢,٨	٢,٤	١,٧
	٢,٧	٢,٥	٢,٢
تقديم البرامج	٢,٨	٢,٥	١,٩
	٢,٨	٢,٥	١,٧
	٢,٨	٢,٥	١,٩
	٢,٧	٢,٥	٢,١
	٢,٤	٢,٣	٢,١
الإخراج والصورة	٢,٨	٢,٥	٢,١
	٢,٧	٢,٥	٢,٢
	٢,٦	٢,٣	١,٧
	٢,٧	٢,٥	٢,١
	٢,٧	٢,٤	١,٩
تقديم البرامج	٢,٧	٢,٤	١,٧
	٢,٦	٢,٣	١,٩

(١) تم حساب المتوسط الحسابي لدرجة الالتزام المهني في البرامج المقدمة بالقنوات العربية الإخبارية وفقاً لإجمالي عدد أفراد العينة ، الذين يشاهدون كل قناة من القنوات محل الدراسة (الجزيرة : ١٨٦ مفردة ، العربية : ١٦٠ مفردة ، النيل للأخبار : ١٦٧ مفردة).

مخلص من جدول (٧) الملخص بتقييم النخبة الإعلامية في عينة الدراسة لمستوى الأداء المهني في البرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية إلى أهم النتائج الآتية:

- تأتي قناة الجزيرة في المرتبة الأولى من حيث مستوى الأداء المهني في إعداد وتقديم وإخراج البرامج المختلفة ، التي تقدمها القناة مقارنة بالقنوات الإخبارية العربية الأخرى، وسجلت هذه القناة أعلى درجات الالتزام المهني لديها في اختيار قضايا تتسم بالحدثية والمعاصرة لمعالجتها في برامجها الإخبارية ، وتتميز هذه القضايا بالأهمية والتنوع، والجرأة في طرح كافة أبعاد القضايا للمعالجة من جانب المذيعين، إضافة إلى التوظيف الجليل للصورة التلفزيونية والإخراج.
  - جاءت قناة العربية في المرتبة الثانية من حيث درجة الالتزام المهني في أدائها البرامجي بعد قناة الجزيرة، وسجلت أعلى درجات التزامها المهني في اختيارها لقضايا تتسم بالحدثية والأهمية والتنوع، إضافة إلى الأداء الجليل للمذيعين ، والاختيار الملائم للضيف.
  - تأتي قناة النيل للأخبار في المرتبة الأخيرة على مستوى الأداء المهني البرامجي، وتمثلت أهم نقاط ضعفها في عدم الجرأة في طرح كافة أبعاد القضايا المطروحة في برامجها، وعدم إتاحة مساحة واسعة من الحرية للقياسون بالاتصال فيها، إضافة إلى ضعف وسائل الاتصال بالجمهور، وعدم إتاحة الحرية الكافية لجمهور المشاركين في التعبير عن آرائهم.
- وتؤكد هذه النتائج من معطيات جدول (٨) ، الذي يستخدم المقياس التجميعي لآراء النخبة الإعلامية في تقييم المستوى المهني للبرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية.

جدول (٨) : نتائج المقياس التجميعي لتقييم مستوى الأداء المهني للبرامج المقدمة بالقنوات الإخبارية العربية .

مستوى التقييم		جيد		متوسط		ضعيف		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة		١٦٦	٨٩,٢	١٥	٨,١	٥	٢,٧	١٨٦	١٠٠
العربية		١١٦	٧٢,٥	٣٤	٢١,٣	١٠	٦,٣	٦٠	١٠٠
النيل للأخبار .		٤٧	٢٨,١	٦٩	٤١,٣	٥١	٣٠,٥	١٦٧	١٠٠

وتستفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة التي اهتمت بتحليل محتوى البرامج الإخبارية في القنوات الإخبارية العربية، حيث خلصت هبة شاهين إلى أن برنامج الانجاء للمعكس الذي تقدمه الجزيرة يحظى بجماعية عربية عريضة بين الجمهور المصري نظراً لاهتمامه بالقضايا العربية ، وتنوع الآراء المقدمة به،

## البحوث

واعتماده على المناظرة التي تجذب قطاعات عريضة من المشاهدين<sup>(٧٧)</sup>. كما انتهى وليد عمشه إلى أن القضايا المقدمة في برامج قناة الجزيرة تنسم بالآنية والملحظة والسعونة ، كما تلزم البرامج في هذه القناة بالاعتماد النسبي على مبادئ الموضوعية والتوازن وشمول المعالجة<sup>(٧٨)</sup>. وخلصت إيمان جمعة أيضا إلى التزام برامج الجزيرة نسبيا بمبادئ الموضوعية والتوازن في معالجة قضية أسلحة الدمار الشامل العراقية قبل الحرب على العراق<sup>(٧٩)</sup>.

### تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في أداء القنوات الإخبارية العربية:

جسودل (٩) : تقييم النخبة الإعلامية في عينة الدراسة لمستوى الكفاءة الإدارية في أداء القنوات الإخبارية العربية<sup>(٨٠)</sup>.

القنوات الإخبارية			الجزيرة			العربية			النيل للأخبار		
مستوى الكفاءة			جيد			متوسط			ضعيف		
عناصر الكفاءة الإدارية			جيد			متوسط			ضعيف		
كفاءة العنصر البشري (معد - ملقم - مزج)			٩٣	٤,٣	٢,٧	٧٠	٢٥,٦	٤,٤	٣٥,٣	٥٤,٥	١٠,٢
الإمكانات التكنولوجية .			٩٥,٦	٢,٢	٢,٢	٨٠	١٦,٢	٣,٨	١٥	٥٣,٩	٣١,١
الإمكانات المالية .			٩٤,١	٦,١	٤,٣	٨٠	١٤,٤	٥,٦	١٠,٨	٤٧,٩	٤١,٣
مستوى الأداء العام .			٩٠,٩	٦,٤	٢,٧	٧٢,٥	٢٤,٤	٣,١	٢٥,١	٥٥,٧	١٩,٢
التطوير في الشكل والمضمون .			٨٠,٦	١٥,١	٤,٣	٦١,٩	٣٢,٥	٥,٦	٢٥,٧	٤٣,٧	٣٠,٦
الكفاءة في إدارة الأزمات .			٩٠,٩	٤,٨	٤,٣	٧٠	٢٤,٤	٥,٦	٢٥,١	٤٨,٥	٢٦,٤

يوضح جسودل (٩) تقييم أفراد النخبة الإعلامية في عينة الدراسة لمستوى الكفاءة الإدارية في أداء القنوات الإخبارية العربية ، من خلال التركيز على العناصر الإدارية للممسة، والتي يمكن تقييمها من خلال مشاهدة نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية، في ضوء خبرة الإعلاميين بما يحدث في بيئة العمل الإخباري.

ويتضح من هذا الجدول وجود تفوق واضح وملحوظ لقناة الجزيرة على قناتي العربية والنيل للأخبار على مستوى كافة العناصر الإدارية الواردة في التقييم ، والتي شملت العنصر البشري ، والإمكانات التكنولوجية، والإمكانات المالية، ومستوى الأداء العام، والتطوير في الشكل والمضمون، إضافة إلى الكفاءة في إدارة الأزمات.

(٨٠) يلاحظ أن النسب المئوية الواردة بالجدول تم حسابها على أساس إجمالي عدد المبحوثين الذين يشاهدون كل قناة ( ١٨٦ مفردة للجزيرة ، ١٦٧ مفردة للنيل للأخبار ، و ١٦٠ مفردة للعربية).

وبلاحظ أيضا من معطيات الجدول السابق مجتمع قناة العربية بمستوى جيد من حيث الكفاءة الإدارية وفقا لآراء النخبة الإعلامية في عينة الدراسة ، أما قناة النيل للأخبار فيلاحظ اناسها بمستوى متوسط من حيث الكفاءة الإدارية، وفقا لآراء النخبة الإعلامية في عينة الدراسة.

كما يلاحظ من الجدول السابق أن أهم نقاط الضعف في الجوانب الإدارية لقناة النيل للأخبار تتمثل في ضعف الإمكانيات المالية، وضعف الإمكانيات التكنولوجية ، إضافة إلى تواضع مستوى التطوير في الشكل والمضمون للخدمة الإخبارية المقدمة بها.

تقييم جوانب الملكية والتمويل في القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١٠) : تقييم النخبة الإعلامية لجوانب الملكية والتمويل في القنوات الإخبارية العربية .

تقييم	النخبة الإعلامية	القنوات الإخبارية		الجزيرة		العربية		النيل للأخبار	
		العناصر الفرعية للتقييم		ك	%	ك	%	ك	%
الملكية		ملكية حكومية .		٢٢	١١,٨	١١	٦,٩	١٦٧	١٠٠
		ملكية خاصة .		٩٩	٥٣,٣	٩٥	٥٩,٤	-	-
		غير واضح .		٤٦	٢٤,٧	٢٥	١٥,٦	-	-
		لا أعرف .		١٩	١٠,٢	٢٩	١٨,١	-	-
		الإجمالي .		١٨٦	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٦٧	١٠٠
		تمويل حكومي رسمي .		٢٠	١٠,٨	٩	٥,٦	١٦٧	١٠٠
التمويل		تمويل خاص .		٧٨	٤١,٩	٩٠	٥٦,٢	-	-
		تمويل من جهات أجنبية .		٢٨	١٥,١	٦	٣,٨	-	-
		لا أعرف .		٦٠	٣٢,٢	٥٥	٣٤,٤	-	-
		الإجمالي .		١٨٦	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٦٧	١٠٠

نخلص من جدول (١٠) إلى أن نصف أفراد العينة تقريبا (٥٣,٣%) يرون أن قناة الجزيرة ذات ملكية خاصة، ويرى ربع أفراد العينة (٢٤,٧%) أن أسلوب ملكيتها غير واضح ، في حين تنقسم بقية الآراء بين الملكية الحكومية (١١,٨%) وعدم المعرفة (١٠,٢%)، ويتضح في ضوء هذه النتائج أن نمط ملكية قناة الجزيرة لا يزال مثار جدل ونقاش ، وليس هناك رأى قاطع بين أفراد النخبة الإعلامية حول هذا النمط .

## البحوث

وبمسود رأى بين الأغلبية (٦٠%) مفاده : أن قناة العربية ذات ملكية خاصة ، في حين يرى ١٥,٦% من أفراد العينة أن نمط ملكيتها غير واضح ، ويرى ٧% أنها ذات ملكية حكومية، وتزداد نسبة من لا يعرفون نمط ملكيتها بالضبط إلى ١٨%.

ويختلف الأمر بالنسبة لقناة النبل للأعصار ، حيث يجمع أفراد العينة على أنها قناة حكومية على مستوى الملكية ، وعلى مستوى التمويل أيضاً، بنسبة ١٠٠% .

كما بلغت الجدول السابق النظر إلى أن ١٥% من أفراد العينة يرون أن قناة الجزيرة تتلقى تمويلًا من جهات أجنبية، ويرى ١٠,٨% أنها تتلقى تمويلًا من الحكومة القطرية ، في حين يرى ٤٢% أنها تحصل على تمويل خاص.

وتعتمد قناة العربية على التمويل الخاص كما يرى ٥٦,٢% من أفراد العينة ، في حين ترى نسبة بسيطة ٥,٦% أنها تحصل على دعم حكومي، أو تمويل من جهات أجنبية ٣,٨% ، وتزداد نسبة من ليست لديهم رؤية واضحة بشأن أساليب تمويل قناتي الجزيرة والعربية معاً ، لتصل إلى ٣٢% ، ٣٤% على التوالي.

تقييم التوجه السياسي والتوجه العربي في أداء القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١١) : مفردات لتقييم التوجه السياسي والتوجه العربي .

البيان	النسبة	الجزيرة		العربية		النبل للأعصار	
		ك	%	ك	%	ك	%
التوجه السياسي	توجه سياسي رسمي .	١٩	١٠,٢	١٦	١٠	١٣٥	٨٠,٩
	توجه سياسي شبه رسمي .	٥٠	٢٦,٨	٦٠	٣٧,٤	٢٥	١٤,٩
	توجه خاص .	٩٩	٥٣,٢	٥٨	٣٦,٣	-	-
	لا أعرف .	١٨	٩,٦	٢٦	١٦,٣	٧	٤,٢
	الإجمالي .	١٨٦	١٠٠	١٦٠	١٠٠	١٦٧	١٠٠
التوجه العربي	تدعم التعاون العربي- العربي .	٤٧	٢٥,٣	٦٨	٤٠,٥	١٢١	٧٢,٥
	تدعم التعاون العربي- الدولي .	٤٨	٢٥,٨	٥٤	٣٣,٨	٥٥	٤٥,٥
	تختم مصالح أجنبية .	٥٣	٢٨,٥	٧	٤,٤	٣	١,٨
	لا أعرف .	٥٠	٢٦,٩	٣٨	٢٣,٨	١٦	٩,٦
	الإجمالي .	١٨٦	-	١٦٠	-	١٦٧	-



نخلص من الجدول السابق إلى أهم النتائج الآتية:

• تمت قناة النيل للأخبار أكثر القنوات الإخبارية العربية وضوحًا في تبنيها لتوجه سياسى وعربى واضح، فالقناة على المستوى السياسى تتبنى توجهها رسمياً (٨٠,٩%) أو شبه رسمى (١٤,٩%) يعكس وجهة النظر الرسمية في الأحداث الجارية. كما تسعى القناة إلى دعم التعاون العربى - العربى (٧٢,٥%) ، إضافة إلى دعم التعاون العربى - الدولى (٤٥,٥%).

• يشر التوجه السياسى والعربى لقناة الجزيرة اختلاف في وجهات النظر بين المبحوثين من أفراد النخبة الإعلامية في عينة الدراسة ، ففى حين يرى نصف أفراد العينة تقريباً (٥٣,٢%) أنها ذات توجه سياسى خاص ، تنقسم بقية الآراء بين من يراها ذات توجه سياسى رسمى (١٠%) أو توجه شبه رسمى (٢٦,٨%) لصالح الحكومة القطرية . وتطبق الملحوظة نفسها على قناة العربية التى تنقسم الآراء بشأن تقييم توجهها السياسى، حيث ترى نسبة ٣٦,٣% أنها ذات توجه خاص، وترى نسبة ٤٧% أنها ذات توجه رسمى أو شبه رسمى.

• يلفت الجدول السابق النظر إلى ملحوظة جوهرية تتعلق بتقييم النخبة للتوجه العربى لقناة الجزيرة، ففى الوقت الذى يرى ٢٥,٣% من المبحوثين أنها تدعم التعاون العربى - العربى، ويرى ٢٥,٨% أنها تدعم التعاون العربى - الدولى، ترى نسبة غير بسيطة (٢٨,٥%) أن قناة الجزيرة تقدم مصالح أجنبية في المنطقة.

وتنوه هذه النتائج إلى الجدل القائم في الأوساط الإعلامية العربية حول قناة الجزيرة منذ بدء إرسالها في نوفمبر ١٩٩٦، حيث تباينت الآراء بشأنها، فمن ناحية يشكك الكثيرون في أهداف القناة وارتباطاتها ومصادر تمويلها وتوجهاتها السياسية، ووصل الأمر إلى الاتهام الصريح للقناة بالعمل لصالح جهات أجنبية . في الوقت الذى يرى فيه آخرون أن هذه القناة حركت المياه الراكدة في أداء الإعلام العربى ، ودفعت عديدًا من القنوات العربية إلى التطوير والتغيير، في محاولة لمنافسها، أو على الأقل لحفظ ماء الوجه إزاء ما يوجه إلى تلك القنوات من انتقادات بالسطحية والنمطية في الأداء<sup>(٨٠)</sup>.

ويفسر الباحث هذا الاختلاف في وجهات النظر بشأن قناة الجزيرة في ضوء نتائج الدراسة الحالية التى أجريت على نخبة من الإعلاميين في المجالات الإعلامية المختلفة، والتي أثبتت ارتفاع المستوى المهني الذى تحظى به القناة على مستوى الأداء الإخبارى في النشرات والبرامج الإخبارية ، حيث الحرية

## البحوث

الواسعة ، العمق في المعالجة، الفورية في التغطية ، تميز القائمين بالاتصال، شبكة المراسلين التي تغطي معظم عواصم العالم، التوظيف الجيد للصورة التليفزيونية من خلال تقديم الأفلام الحية من مواقع الأحداث. كل هذه المزايا أضفت إعجابًا على أداء القناة على مستوى النشرات والبرامج ، وطرحت من خلال هذا المستوى الجيد بديلا إعلاميا جيدا لم يعهده الجمهور العربي في بيئة الإعلام العربي من قبل .

وفي الوقت ذاته ، فإن هناك عديداً من علامات الاستفهام التي تثير الجدل حول أداء القناة لعل أهمها إتاحة فرصة واسعة لشخصيات ومسؤولين إسرائيليين للحديث من خلال هذه القناة، إضافة إلى التركيز على الجوانب السلبية في العلاقات العربية - العربية ، والدخول في حملات إعلامية ضد بعض الأنظمة والحكومات العربية. صحيح أن ذلك يمكن تفسيره في ضوء إتاحة الفرصة أمام كافة الأطراف الفاعلة في الأحداث للتعبير عن وجهة نظرها، إلا أن ذلك يعتبره الكثيرون نوعا من الدعوة إلى التطبيع مع إسرائيل ، في وقت تشتد فيه ظروف الخناق على الشعب الفلسطيني من جانب قوات الاحتلال الإسرائيلي ، وللمحظوة ذاتها تنطبق على الوضع في العراق . كما أن العالم العربي في حالته الحالية ليس في حاجة إلى من يعمق حراحه الحالية ، بقدر ما هو في حاجة ماسة إلى من يضمّد هذه الجراح . ووفقا لهذه الأطروحات .. فإن القناة مدعوة إلى إعادة النظر في منحها السياسي العربي للحفاظ على ما حقته من نجاح مهنّي، سعيا وراء استمرار قوتها كمصدر مهم لإمداد الجمهور العربي بالمعلومات حول الأحداث الجارية.

## ثانيا: نتائج اختبارات الفروض :

### اختبار الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية كمصرف تابع والمصغرات المستقلة الآتية :

( أ ) درجة الالتزام المهني في نشرات الأخبار المقدمة هذه القنوات .

(ب) درجة الالتزام المهني في البرامج المقدمة هذه القنوات .

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية في إدارة هذه القنوات .

جدول (١٢) : الارتباط بين اتجاهات النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية ودرجة الالتزام المهني في الأداء الإخباري وكفاءتها الإدارية .

الاتجاه نحو القنوات الإخبارية	العينة	المعدية	الاتجاه نحو الجزيرة	الاتجاه نحو العربية	الاتجاه نحو النيل للأخبار
			قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون
تقديم المستوى المهني لنشرات الجزيرة .	١٨٦	٠,١٠	٠,٣٣	-	-
تقديم المستوى المهني لنشرات العربية .	١٦٠	٠,١٠	-	٠,٥١	-
تقديم المستوى المهني لنشرات النيل .	١٦٧	٠,١٠	-	-	٠,٥١
تقديم المستوى المهني لبرامج الجزيرة .	١٨٦	٠,٠٢	٠,١٧	-	-
تقديم المستوى المهني لبرامج العربية .	١٦٠	٠,١٠	-	٠,٢٥	-
تقديم المستوى المهني لبرامج النيل .	١٦٧	٠,١٠	-	-	٠,٣٨
كفاءة الإدارة في الجزيرة .	١٨٦	٠,١٠	٠,٢١	-	-
كفاءة الإدارة في العربية .	١٦٠	٠,١٠	-	٠,٣٥	-
كفاءة الإدارة في النيل للأخبار .	١٦٧	٠,١٠	-	-	٠,٣٧

نخلص من جدول (١٢) إلى وجود ارتباط إيجابي بين اتجاهات أفراد العينة من النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية ، وتقييمهم لمستوى الأداء المهني في نشرات الأخبار ، والبرامج المقدمة بهذه القنوات ، كما يوجد الارتباط ذاته بين اتجاهات الباحثين نحو القنوات الإخبارية العربية وتقييمهم لمستوى الكفاءة الإدارية في أداء هذه القنوات، وثبتت هذه النتائج صحة الفرض الأول للدراسة ، ويستأكد من خلال ذلك أن مستوى الأداء المهني على مستوى النشرات والبرامج، ومستوى الكفاءة الإدارية في أداء القنوات الإخبارية العربية ، من العوامل المهمة التي تؤثر في تشكيل اتجاهات النخبة الإعلامية نحو هذه القنوات.

#### اختبار الفرض الثاني :

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات في الظروف العادية ، وفي أوقات الأزمات كمصدر تابع والمتفرع المستقلة الآتية :

(أ) درجة الالتزام المهني في نشرات الأخبار المقدمة بهذه القنوات.

## البحوث

(ب) درجة الالتزام المهني في الرامج المقدمة بهذه القنوات .

(جـ) درجة الكفاءة الإدارية في إدارة هذه القنوات.

يعرض الجدول التالي (١٣) نتائج اختبار الفرض الثاني للدراسة باستعمال معامل ارتباط "بيرسون" لمعرفة قوة واتجاه الارتباط بين متغيرين ، ونخلص من نتائج هذا الجدول إلى الآتي:

• توجد علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات في الظروف العادية وتقييم مستوى الأداء المهني لنشرات الأخبار والرامج المقدمة بهذه القنوات، إضافة إلى تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في أدائها الإخباري ، وتوجد هذه العلاقة الارتباطية الإيجابية على مستوى القنوات الثلاث محل الدراسة (الجزيرة - العربية - النيل للأخبار) ، ويمكن القول في ضوء هذه النتيجة أنه كلما كان تقييم الأداء المهني والإداري للقنوات الإخبارية العربية إيجابيا ، زاد الاعتماد عليها من قبل النخبة الإعلامية كمصدر للمعلومات لمتابعة الأحداث الجارية.

• توجد علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات حول الأزمات المحلية وتقييم مستوى الأداء المهني والإداري لهذه القنوات في أدائها الإخباري ، على مستوى القنوات الثلاث ( الجزيرة - العربية - النيل للأخبار)، وإن ظهر بشكل واضح قوة هذا الارتباط على مستوى قناتي النيل للأخبار والجزيرة.

• توجد علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات حول الأزمات العربية والدولية وتقييم مستوى الأداء المهني والإداري في أداء القنوات الإخبارية، ويستثنى من ذلك عدم وجود علاقة بين تقييم المستوى المهني لنشرات الأخبار في قناة الجزيرة وأهميتها كمصدر للمعلومات في الأزمات العربية والدولية ، وربما يرتبط ذلك وفق النتائج التي قدمها جدول (١١) بوجود شك لدى بعض أفراد النخبة في التوجهات السياسية للجزيرة.

ونخلص من هذه النتائج إلى ثبوت صحة الفرض الثاني للدراسة ، ويتأكد من ذلك أن تميز الأداء المهني على مستوى النشرات والرامج في القنوات الإخبارية، إضافة إلى كفاءتها الإدارية في تسير العمل الإخباري اليومي يعد من المتغيرات المهمة التي تؤثر بشكل واضح على درجة اعتماد النخبة الإعلامية على هذه القنوات كمصادر للمعلومات ، في الظروف العادية وفي أوقات الأزمات.

جدول (١٣) : الارتباط بين اعداد النجدة على القنرات الإخبارية العربية كمصادر للمعلومات وتقييمهم لسهولة الأداء المهني للشرطات والبرامج والكفاءة الإدارية.

طبيعة الظروف	الظروف العادية		ظروف الجزيرة		ظروف الأزمات الخطية		ظروف الأزمات العربية		ظروف الأزمات الدولية	
الاقتصاد على القنرات	الجزيرة	العربية	الجزيرة	العربية	الجزيرة	العربية	الجزيرة	العربية	الجزيرة	العربية
تقيم مستوى الأداء المهني	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
تقيم نشرات العربية	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
تقيم نشرات النيل	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
تقيم برامج الجزيرة	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
تقيم برامج العربية	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
تقيم برامج النيل	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
تقيم مستوى	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
الكفاءة الإدارية للجزيرة	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
الكفاءة الإدارية للعربية	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
الكفاءة الإدارية للنيل	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
مستوى المديرية	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦
مستوى البيئة	١٠,٢١	١٠,٣١	١٠,٤١	١٠,٢٦	١٠,٢٦	١٠,١٨	١٠,٢١	١٠,٢١	١٠,٢٦	١٠,٢٦

اختيار الفرض الثالث :

توجد اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بدرجة الالتزام المهني على مستوى نشرات الأخبار ، البرامج ، ومستوى الكفاءة الإدارية ، وفقا لآراء النخبة الإعلامية.

جدول (١٤) : الاختلافات بين القنوات الإخبارية على مستوى الأداء المهني لى النشرات والبرامج والإدارة<sup>(٢)</sup>.

التقييم	القناة	العدد	الموسم الحسابي	الإغراق المعياري	قيمة	درجة الحرية	مستوى المعنوية	ملاحظات
نشرات الأخبار	الجزيرة	١٢٩	٥٣,٨	٥,٨	٨٥,٤	٢	١,٠٠	توجد اختلافات دالة إحصائية
	العربية	١٢٩	٥١,٣	٦,٩				
	النيل	١٢٩	٤٤,٨	٨,٤				
البرامج	الجزيرة	١٢٩	٤٦,٥	٦,٤	١٦٢,٨	٢	١,٠٠	توجد اختلافات دالة إحصائية
	العربية	١٢٩	٤٢,٢	٧,١				
	النيل	١٢٩	٣٣,٤	٨,٤				
الكفاءة الإدارية	الجزيرة	١٢٩	١٧,٤	١,٧	١٨٧,٥	٢	١,٠٠	توجد اختلافات دالة إحصائية
	العربية	١٢٩	١٦,٢	٢,٤				
	النيل	١٢٩	١١,٥	٣,٢				

لاختبار مدى وجود اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بدرجة الالتزام المهني على مستوى النشرات ، البرامج ، والكفاءة الإدارية ، استخدم الباحث اختبار "فريدمان" لتحليل التباين ذي الاتجاه الواحد ، والذي يستخدم للمقارنة بين متغير ما في ثلاث مجموعات أو أكثر . وتدل النتائج المستخلصة من تطبيق هذا الاختبار على وجود اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية الثلاث على مستوى درجة الالتزام المهني في نشرات الأخبار ، حيث تشير المتوسطات الحسابية إلى تفوق لصالح قناة الجزيرة ، تليها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار بمتوسطات (٥٣,٨ ، ٥١,٣ ،

(٢) يلاحظ أن أفراد العينة الذين قاموا بتقييم القنوات الثلاث على مستوى النشرات والبرامج والكفاءة الإدارية بلغ ١٢٩ مفردة ، وهم الذين طبق عليهم الاختبار ، حيث يشترط أن يقيم البحوث القنوات الثلاث في الوقت نفسه .

٨,٤٤) على التوالي عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة حرية ٢. كما تؤكد نتائج الجدول السابق النتيجة ذاتها على مستوى البرامج المقدمة لهذه القنوات، إضافة إلى انطباقها أيضا على مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات الثلاث محل الدراسة.

وتخلص من هذه النتائج إلى ثبوت صحة الفرض الثالث للدراسة، حيث تأكد وجود اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الثلاث على مستوى درجة التزامها المهني وكفاءتها الإدارية وفقا لآراء النخبة الإعلامية.

#### اختبار الفرض الرابع :

توجد اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بتقييم أبعاد التوجه السياسي العربي لهذه القنوات وفقا لآراء النخبة الإعلامية .

جدول (١٥) : الاختلافات في التوجه السياسي العربي للقنوات الإخبارية العربية .

أبعاد التوجه السياسي العربي		الصان العربي		الصان العربي - الدولي		تخدم مصالح أجنبية	
		نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا
القنوات الإخبارية							
الجزيرة		٣٤	٩٥	٣٣	٩٦	٣٩	٩٠
العربية		٥٨	٧١	٤٧	٨٢	٦	١٢٣
النيل للأخبار		٩١	٣٨	٤٢	٨٧	١	١٢٨
قيمة Q		٦٣,٠٠		٥,٢١		٦٣,٩	
درجة الحرية		٢		٢		٢	
مستوى المعنوية		٠,٠٠		٠,٠٧		٠,٠٠	
العينة		١٢٩ <sup>(١)</sup>		١٢٩		١٢٩	

اعتمد الباحث على اختبار "كوكران" Cochran's ، والذي يستخدم للمقارنة بين متغير ثنائي القيمة في ثلاث مجموعات مرتبطة ، بفرض تعرف مدى وجود اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتصل بتقييم النخبة الإعلامية لتوجهاتها السياسية العربية.

(\*) يلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين شاركوا في تقييم القنوات الثلاث في الوقت نفسه بلغ ١٢٩ مفردة، وهو العدد الذي طبق عليه الاختبار ، حيث يشترط أن يقيم المبحوث القنوات الثلاث في الوقت نفسه .

## البحوث

ونخلص من نتائج جدول (١٥) إلى وجود اختلافات دالة بين القنوات الثلاث على مستوى دعمها لملاقات التعاون العربي - العربي، لصالح قناة النيل للأخبار في المرتبة الأولى - تليها قناة العربية ، ثم قناة الجزيرة في المرتبة الأخيرة ، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، ودرجة حرية ٢.

كما توجد اختلافات دالة إحصائية بين القنوات الثلاث على مستوى رأى النخبة في خدمتها لمصالح أجنبية ، لصالح قناة النيل للأخبار ؛ حيث يرى المبحوثون أن قناة النيل للأخبار لا تقدم مصالح أجنبية في المنطقة ، في حين ترى نسبة ملحوظة أن قناة الجزيرة تقدم مصالح أجنبية ، وترى نسبة ضعيفة جدا أن قناة العربية ربما تقدم مصالح أجنبية في المنطقة، عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، ودرجة حرية ٢. كما يلاحظ عدم وجود مثل هذه الاختلافات الدالة إحصائية على مستوى دعم القنوات الثلاث لملاقات التعاون العربي - الدولي .

### ثالثا : تطوير الأداء بالقنوات الإخبارية العربية : رؤية مستقبلية :

يعد تطوير الأداء المستقبلي للقنوات الإخبارية العربية أحد الأهداف الأساسية التي يسعى هذا البحث إلى تحقيقها ، في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية ذات الصلة المباشرة بالعمل الإخباري بحكم مواقعها الوظيفية وطبيعة عملها الإعلامي.

وسعيا وراء تقديم هذه الرؤية من منظور موضوعي ، يعتمد أساسا على رؤية النخبة الإعلامية من واقع متابعتها للقنوات الإخبارية العربية ، طرح الباحث على أفراد العينة في نهاية صحيفة الاستقصاء سؤالين، يرتبط أولهما بالإيجابيات التي يراها في أداء القنوات الإخبارية العربية وينبئ الاستمرار في تعزيزها مستقبلا، ويرتبط ثانيهما بالمآخذ التي يراها على أداء هذه القنوات ، وينبئ التخلص منها ؛ حتى يمكن إحداث طفرة حقيقية في الأداء المستقبلي لها، يعرض الباحث لنتائج هذين السؤالين بعد ترميزهما ووضعهما في فئات تقبل التحليل الكمي.



الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١٦) : الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الإخبارية العربية في ضوء آراء النخبة الإعلامية .

الجوانب الإيجابية في الأداء الإخباري		الجزيرة		العربية		النيل للأخبار	
		ك	%	ك	%	ك	%
التغطية الفورية للأحداث وتحقيق السبق الصحفي .							
١٣٧	٣٨,٨	٦٠	٢٥,١	٣٥	١٥,٢		
٦٩	١٩,٥	١٠	٤,٢	٢٣	٩,٩		
الصعق في معالجة الأحداث والقضايا .							
٣٣	٩,٣	١٩	٧,٩	١١	٤,٨		
الامكانات التقنية المتميزة والإمار في الإخراج .							
٢٢	٦,٣	٥١	٢١,٣	١١	٤,٨		
لديها شبكة ضخمة من المراسلين في أنحاء العالم .							
٢٠	٥,٧	٣٦	١٥,١	١٢	٥,٢		
تتسم بالموضوعية والحرية والتوازن في الأداء .							
١٩	٥,٤	٩	٣,٨	١٢	٥,٢		
لديها طاقم معزز من المذيعين وفريق الإعداد .							
١٠	٢,٨	-	-	-	-		
تحرص على مشاركة الجماهير في برامجها .							
١٥	٤,٣	١٧	٧,١	١٢	٥,٢		
تعالج موضوعات وقضايا متنوعة .							
١٢	٣,٤	١٤	٥,٩	٦٠	٢٥,٩		
تقدم الملامًا تسجيلية وثائقية متميزة .							
١٦	٤,٥	١٢	٥	١٢	٥,٢		
تستضيف شخصيات تلام ما طرحه من قضايا .							
-	-	٤	١,٧	٨	٣,٥		
المقلاتية والمندوء في إدارة الأزمات .							
-	-	٧	٢,٩	١٩	٨,٢		
صدق التوجه العربي في معالجتها للأحداث .							
-	-	-	-	١٦	٦,٩		
تقيم بالأخبار التي تقدم المصالح المحلية .							
الإجمالي							
٣٥٣	١٠٠	٢٣٩	١٠٠	٢٣١	١٠٠		

## البحوث

الجوانب السلبية في أداء القنوات الإخبارية العربية :

جدول (١٧) : الجوانب السلبية في أداء القنوات الإخبارية العربية في ضوء آراء النخبة الإعلامية .

القنوات الإخبارية العربية		الجزيرة		العربية		التيل للأخبار	
سلبات الأداء الإخباري		ك	%	ك	%	ك	%
مهاجمة الأنظمة والحكومات العربية .		٤٣	١٥,٢	-	-	-	-
لا تبرز السلبات داخل قطر .		١٦	٥,٧	-	-	-	-
الأداء الاستغوازي لبعض المذيعين .		٢٢	٧,٨	-	-	-	-
زيادة الفعال المذيعين في الأداء .		٤١	١٤,٥	-	-	-	-
اتجاهها السياسي غير محدد وغامض .		٧٨	٢٧,٦	١٨	٢٠,٨	-	-
تسعى إلى تحقيق سبق الصعفى على حساب الدقة .		١٥	٥,٣	-	-	-	-
التمطية والرتابة في العرض .		٨	٢,٨	١٨	٢٠,٨	٢٤	١١,٨
الاستعانة بشخصيات إسرائيلية كمصادر .		١٣	٤,٦	-	-	-	-
تشاؤمية لا تقدم بارقة أمل .		١٩	٦,٧	-	-	-	-
غير محايدة في معالجة الأحداث .		١٤	٤,٩	١٣	١٤,٧	١١	٥,٤
برقها الإعلامية غير قوية .		-	-	١٨	٢٠,٢	-	-
ضعف كفاءة العنصر البشرى .		٨	٢,٨	٨	٩	١١	٥,٤
سطحية المعالجة .		٦	٢,١	٦	٦,٧	١٥	٧,٤
تبين وجهة نظر رسمية في معالجة الأحداث .		-	-	٨	٩	٥٣	٢٦,١
ضعف مستوى التكنولوجيا المستخدمة .		-	-	-	-	٤٦	٢٢,٧
عدم مواكبة الأحداث .		-	-	-	-	٢٤	١١,٨
ضعف شبكة المراسلين .		-	-	-	-	١٩	٩,٤
الإجمالي		٢٨٣	١٠٠	٨٩	١٠٠	٢٠٣	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن أكثر المآخذ التي تراها النخبة الإعلامية على أداء قناة الجزيرة تتمثل في توجهها السياسي الغامض وغير الواضح، ومهاجمتها للحكومات والأنظمة العربية، وزيادة حدة انفعال بعض مذيعيها في تقديم البرامج، كما أنها تفضى عينيها عن السلبات داخل قطر .

وتتمثل أهم المآخذ على أداء قناة العربية في غموض توجهها السياسي ، وطمطية ورتابة الأداء ، وصورتها الإعلامى الضعيف ، إضافة إلى عدم حيادها في معالجة الأحداث .

كما تتمثل أهم المآخذ على أداء قناة التيل للأخبار في تبنيها لوجهة النظر الرسمية في معالجة الأحداث ، وضعف مستوى التكنولوجيا الحديثة المستخدمة ، ورتابة وطمطية الأداء ، إضافة إلى عدم مواكبتها للأحداث ، وضعف شبكة المراسلين بها .

وفي ضوء استعراض نتائج الجدولين السابقين حول إيجابيات وسلبيات الأداء بالقنوات الإخبارية العربية ، إضافة إلى آراء أفراد العينة من النخبة الإعلامية حول تقييم مستوى الأداء المهني، والإداري في هذه القنوات، وكذلك تقييم نظم الملكية والتمويل فيها، وتوجهاتها السياسية والحرية، يخلص الباحث إلى تقديم مجموعة من المقترحات ، يمكن أن تساهم في تطوير الأداء المستقبلي لكل قناة على حدة من القنوات الثلاث.

فقناة الجزيرة مدعوة إلى ضرورة التعلي عن الحملات الإعلامية التي تستهدف النظم والحكومات العربية، فذلك يفسر في غير صالح الصورة الذهنية للقناة وتوجهاتها العربية . ولا ينبغي أن تركز فقط على الجانب السلبي في العلاقات العربية – العربية، وعليها أن تبث بارقة أمل في أدائها نحو القضايا العربية ، بدلا من التركيز على الجوانب السلبية فقط التي تزيد من الإحباطات المتتالية في الشارع العربي، ولا ينبغي تقديم ما يشجع على التطبيع مع الجانب الإسرائيلي ، والشعب الفلسطيني يوزح تحت نير الاحتلال، إضافة إلى ضرورة التوازن بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية التي يشهدها العالم العربي ودول العالم المختلفة ، وعدم السعي وراء السبق الصحفي على حساب الدقة في تقديم الأحداث ، وتوسيع لفة إعلامية عاقلة وموازنة ومعايدة بعيدا عن العصبية والانفعال .

وفيما يتصل بقناة العربية ، فينبغي أن تخرج عن النمطية والرتابة في تقديم النشرات والمراجع الإخبارية ، وعدم الالتزام بتوجه سياسي رسمي أو شبه رسمي في معالجتها للأحداث الجارية ، وضرورة توسيع سياسة الحياد والتوازن في عرض الأحداث ، إضافة إلى سعيها نحو تقوية صولها الإعلامي في المنطقة العربية.

وعلى مستوى قناة النيل للأخبار ، فالتطوير المستقبلي في أدائها الإخباري يتطلب ضرورة تمتعها بمساحة واسعة من الحرية في معالجتها للأحداث والقضايا المختلفة المحلية والإقليمية والدولية، وعدم تعيدها بالتوجه الرسمي أو شبه الرسمي على طول الخط. كما أن القناة في حاجة ماسة إلى مزيد من التطوير على مستوى التكنولوجيا المستخدمة في العمل الإخباري، ودعم شبكة المراسلين في عواصم العالم المختلفة، والتخلص من النمطية والرتابة في تقديم الأخبار، وسرعة التغطية اللحظية للأخبار في مواقع الأحداث ، وتنمية مهارات القائمين بالاتصال بشكل دائم ومستمر ، إضافة إلى رصد للبرائيات المالية الملائمة التي تفي بتحقيق هذه المتطلبات ؛ بما يحقق أداءً إعلامياً أكثر فعالية لقناة النيل للأخبار مستقبلا .

### قائمة مراجع الدراسة :

- ١- رحيم مزيد ، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة ، ٢٠٠٢ ، ص ١٢ - ١٣.
- ٢- عبد الرحمن الشامي، استخدمات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية: الدواعي والإشباع، رسالة دكتوراه غير منشورة، ( كلية اللغة العربية - قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر، ٢٠٠٢ ) ، ص ١٢٦.
- ٣- رحيم مزيد ، مرجع سابق، ص ١٤ ، ٢٦ ، ٢٧.
- ٤- نسي عاطف العبد ، علانة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ ) ، ص ٢٦٨.
- ٥- نشوى عقل ، تقسيم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية للتخصصية: دراسة مسحية للمحتوى والواقع بالانتماء ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ) ، ص ٨٠ ، ٨١.
- ٦- صفا عثمان، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ) ، ص ١٢٨.
- ٧- نشوى عقل ، مرجع سابق ، ص ٩١.
- 8- [http://sotaliraq.com/1/article/2003 02 20 2748.html](http://sotaliraq.com/1/article/2003%2002%202748.html)
- ٩- نسي عاطف العبد، مرجع سابق، ص ٢٨٨.
- ١٠- لمرجع السابق نفسه ، ص ٢٨٩.
- ١١- حسن عماد مكاوي ، أعلاميات الإعلام - دراسة مقارنة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ١٩٩٤ ، ص ١٦٧.
- 12- Bucy , Erik P., *Living in the Information Age: A new Media Reader* (Wadwarth: Australia, United States, United Kingdom, 2002) P. 289.
- ١٣- محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية : دراسة مقارنة للمستثمرين والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحرية من ١٩٩١-١٩٩٤ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ ) ، ص ١٢٥ - ١٢٨.
- 14- Rudiow , Joel & Graybasch, Anthony, *Ethics Values in the Information Age*, (Wadsworth, Australia, United Kingdom, United States, 2002) , PP. 95 - 96.
- ١٥- سليمان صالح ، إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام: دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، المدة الثالث، يوليو - سبتمبر ، ٢٠٠١ ، ص ١٣٥.
- 16- Miller, Katherine, *Communication Theories: Perspectives, Process, and Context* (Mc Graw Hill, Boston, 2002) P. 274.

17- Littlejohn, Stephen W. , Theories of Human Communication (Wadsworth, United States, 2002) P. 325.

١٨- ليلى حسين السيد ، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: المؤتمر العلمي السنوى الرابع لكلية الإعلام : الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، مايو ١٩٩٨، ص ١٧٦.

١٩- عدلى رضا ، عاطف المبد ، إدارة المؤسسات الإعلامية : الأسس النظرية والتماذج التطبيقية ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٤.

٢٠- أميرة العباسي ، محمود علم الدين ، إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي : المبادئ الأساسية وحالات تطبيقية، للولفان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٢ - ٢٨.

٢١- سارى إمام ، أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية، المؤتمر العلمي السنوى السابع: الإعلام وحقوق الإنسان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠١ ، ص ٤٧٧ - ٥٤٩ .

٢٢- هبة شامين ، استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية ومبدئية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩ .

٢٣- وليد عشمه ، أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية: دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ .

٢٤- عبد الرحمن الشامي، مرجع سابق.

٢٥- محمد الفقيه ، مرجع سابق .

٢٦- عادل عبد الغفار ، مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لتابعة أحداث ١١ سبتمبر وقواهمها، المؤتمر العلمي الأول لقسم الإذاعة والتليفزيون ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، أبريل ٢٠٠٢ .

٢٧- حنان سليم ، حسام سلامة ، صورة الغرب كما يعكسها الإعلام العربى: دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة ، المؤتمر العلمي السنوى الثامن : الإعلام وصورة العرب والمسلمين ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢ .

٢٨- راجح مزهد ، مرجع سابق.

٢٩- إيمان جمعة ، معالجة قناة الجزيرة لقضية نزوح أسلحة الدمار الشامل العراقية (مرحلة ما قبل الحرب): دراسة تحليلية لأحداثيات الممارسة الإعلامية ، المؤتمر العلمي السنوى التاسع : أحداثيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣ .

٣٠- لشوى عقل ، مرجع سابق.

٣١- صفا عثمان ، مرجع سابق.

٣٢- خالد صلاح الدين ، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للكرات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوى المباشر: الإعلام المعاصر والقوية العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٤ .

- 33- Boyd, Douglas A., " AQ- Analysis of Mass Media Usage by Egyptian Elite Groups," *Journalism Quarterly*, Vol. 55, No. 3, 1979, pp. 455- 473.
- 34- Comadena, Mark & Bybee, Carl R. " Information Sources and State Legislators: Decision – Making and Dependency", *Journal of Broadcasting*, Vol. 28, No. 3, Summer 1984, pp. 333- 339.
- 35- Lomax Cook , Fay , etals , " Media and Agenda Setting : Effects on the Public Interest Group Leaders , Policy Makers, and Policy" , *The public opinion Quarterly*, Vol. 47, No. 1, Spring 1983 , pp. 16 – 33.
- 36- Anokwa , Kwadwo & Salwan, Michael B., " Newspaper Agenda – Setting Among Elites and non – Elites in Ghana" *Gazette*, Vol. 41, No. 3, 1988 , pp. 201 – 214.

٣٧- عادل عبد الغفار ، استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ ) .

٣٨- سوزان القلين ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون وقت الأزمات : دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ٣٣ – ٦٤ .

٣٩- إيمان الصباد ، اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام وقت الأزمات والكوارث، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٢ ) .

٤٠- سهام نصار ، تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية ، المؤتمر العلمي السنوى التاسع: أبحاث الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ ، ص ١٣٨٥ – ١٤٠٦ .

41- Caspi, Dan, " On Politican, Criticism of the Mass Media", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol. 25. No. 2, Spring 1981, pp. 181- 193.

42- Danke, David, " Strategic Elites: The Press and Race Relations, *Journal of Communication*, Vol. 50, No. 1, Winter 2000.

43- Garrison , Bruce, " Journalists, Perceptions of on line Information- Gathering Problems, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 71, No. 3, Autumn 2000, pp. 500- 512.

٤٤- هويدا مصطفى ، استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التطعية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٥ ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد الثانى ، العدد الأول – يناير / مارس ٢٠٠١ ، ص ١٢٣ – ١٥٩ .

٤٥- جيهان بسرى ، اتهامات الإعلاميين نحو تطعية الإعلام المصرى لأحداث الإرهاب ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢ ، ص ٥٩٩ – ٦٦٦ .

٤٦- مريدا مصطفى، اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث ١١ سبتمبر وتدابيرها: دراسة استطلاعية على عين من الصفوة المصرية، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر، ٢٠٠٢، ص ٥٣- ٩٩.

٤٧- أسوة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، ص ١-٧٩.

٤٨- خالد صلاح الدين، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، مايو ٢٠٠٣، ص ٦٦٣- ٧٤٣.

٤٩- عادل شيف، رأى النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج، المؤتمر العلمي السنوي الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٢، ص ٧٧- ١٤٤.

٥٠- محمد رضا، أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تتركها الصفوة المصرية، المؤتمر العلمي الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٢، ص ٨٥١- ٨٨٦.

51- Lomax Cook, L. Fay etals, Invoking public Opinion: Policy Elites and Social Security, Public Opinion Quarterly, vol. 66, 2002, pp. 235 - 264.

٥٢- محمد حسام، مرجع سابق.

٥٣- أسل متولى، سحر فاروق، أخلاقيات نشر الجريمة في الصحافة المصرية: دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الصحف والقائمين بالاتصال، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، ص ١١٤٧- ١٢١٧.

٥٤- عادل عبد الفار، سونيا دبرس، أخلاقيات الإعلام الطبي بين النظرية والتطبيق، المؤتمر الدولي الأول عن ضوابط وأخلاقيات الإعلام والإعلان الطبي، القاهرة، ٤-٦ فبراير، ٢٠٠٣.

٥٥- عبد الجواد سعيد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية في معالجة قضايا المجتمع: دراسة تحليلية للقضايا الاقتصادية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، ص ٤٦٣- ٤٩٦.

٥٦- هبة شامين، أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، ص ٨٢٧- ٨٨٦.

٥٧- عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقتة ٢، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣، ص ٧٤٧- ٨٢٥.

58- Abdel Azim, Aza, Television Dependency and Knowledge of Drug Abuse among Egyptian Adults, unpublished Thesis of Master, A.U.C, Journalism and Mass Communication Departement, 1993.

## البحوث

- ٥٩- أسمل جابر صالح ، دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.
- ٦٠- محمد الفقيه ، دور التلفزيون اليقني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية: دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٧.
- ٦١- ليلى حسين السيد(١٩٩٨) مرجع سابق.
- ٦٢- عادل عبد الخفار (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.
- ٦٣- سلوى إمام ، الصدق والقباط في استمارتي الاستقصاء وتحليل للضمون ، المجلة العلمية لكلية الإعلام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، العدد الأول ، يوليو ١٩٨٩، ص ٥٣ - ٥٤.
- ٦٤- شارك في تحكيم صحيفة الاستقصاء والحكم على مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف البحث كل من :  
أ.د. عدلى رضا ، أ.د. سامى الشريف ، أ.د. عاطف العيد ، أ.د. أشرف صالح، أ.د. نجوى كامل ، د. إيناس أبو يوسف ، د. نبيل طلب. وجميعهم من أساتذة وأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .
- ٦٥- طبق الاعتبار البدلي على صحيفة الاستبيان على كل من أ: وسام نصر ، أ. شسرين محفوظ ، أ. زينب حمامة، أ. مایسه جمل ، أ. داليا عثمان، أ. نشوى عقل، وجميعهم من للمدرسين للمساعدین وللمعینین بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ٦٦- تم تطبيق اختبار الثبات على نفس المدرسين للمساعدین وللمعینین الذين تم تطبيق الاعتبار البدلي عليهم.
- ٦٧- شارك الباحث في جمع البيانات الأساتذة : أ. محمد هلال باحث دكتوراه بكلية الإعلام ، أ. وسدى حلمى باحث ماجستير إعلام ، د. سمير عمود الصحفى بمريدة الأهرام للسالى، أ. مصطفى هلال باحث ماجستير، أ. محمد أباز المدرس المساعد بكلية الإعلام ، أ. نشوى عقل المدرس المساعد بكلية الإعلام.
- ٦٨- هبة شافين (٢٠٠١) ، مرجع سابق.
- ٦٩- سلوى إمام (٢٠٠١) ، مرجع سابق.
- ٧٠- محمد الفقيه ، مرجع سابق.
- ٧١- رحيم مزبد (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.
- ٧٢- خالد صلاح الدين (٢٠٠٤) ، مرجع سابق.
- ٧٣- رحيم مزبد (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.
- ٧٤- خالد صلاح الدين (٢٠٠٤) ، مرجع سابق.
- ٧٥- إيمان جمعة (٢٠٠٣) ، مرجع سابق.
- ٧٦- نشوى عقل (٢٠٠٢) ، مرجع سابق.
- ٧٧- هبة شافين (٢٠٠١) ، مرجع سابق.
- ٧٨- وليد عمشة (٢٠٠١) ، مرجع سابق.
- ٧٩- إيمان جمعة (٢٠٠٣) ، مرجع سابق.
- ٨٠- المرجع السابق نفسه ، ص ١٩٢.



## الفضائيات العربية وإدارة الأزمات

معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد)

دراسة مسحية مقارنة

د. حنان يوسف<sup>(١)</sup>

### مقدمة

**شهدت** مبريات الفضائيات العربية في العقدين السابقين على وجه التحديد، طفرة هائلة في : مدى اعتماد المتلقي العربي عليها كمصدر رئيسي لمعلوماته واتجاهاته السياسية والفكرية المختلفة ، بل وصارت مخرجات الفضائيات العربية مفردات أساسية في تكوين مدخلات أجهزة وسائل الإعلام الغربية ، وأيضا صناعي القرارات على المقاربات الوطنية والإقليمية والدولية المختلفة ، وارتبط ذلك مع تنامي ما يسمى بظاهرة الانفجار والافتتاح الفضائي Media Explosion والذي تجسد في إطلاق ما يقرب من مائتي قناة فضائية عربية ، ما بين الحكومي والملكية الخاصة ، العامة والمتخصصة ، أحدثت في أقل من عشر سنوات تغيرا في المجتمع العربي ، عجزت عن تحقيقه وسائل الإعلام المكتوبة والتلفزيونات العربية بجمعة خلال العقود الخمسة الماضية<sup>(٢)</sup>.

وشهد العالم نظامًا عربيًا إعلاميًا جديدًا تبلورت بعض ملامحه خلال الحرب الأخيرة على العراق ، ويعكس ملمحًا جديدًا من إعلام الأزمات Media Crises له أديباته وفروعه التي ينبغي إضعاها للبحث والدراسة ، تؤرخ من جديد لعلم إدارة الأزمة الإعلامية Crises Management وتعد المشكلة العراقية واحدة من أبرز الأزمات التي يعانيها الآن العالم العربي والشعب العراقي ، باعتبارها أكثر سخونة وارتباطا بأزمات أخرى عابرة ومزمنة، وإن شكلت - حالة احتلال مدينة بغداد في أهدى قوات التحالف الأنجلو أمريكي - منحنيًا مخطورًا في تطور الأزمة العراقية التشابكة ، مما يضعها كأزمة قائمة بذاتها تقبل التحليل والبحث ، بحيث انطبق عليها مفهوم الأزمة Crises من حيث إلما " موقف

(١) مدرس الإعلام - كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس .

## البحوث

مفاجئ تنجح فيه العلاقة بين طرفين أو أكثر نحو المواجهة بشكل تصعيدي نتيجة لتعارض قائم في المصالح والأهداف بين الأطراف أو نتيجة لإقدام أحد الأطراف - المعتدية على القيام بعمل يعتبره الطرف الآخر - المدافع يمثل تمديدا لمصلحه وقيمه الحيوية مما يستلزم تحركا مضادا وسريعا للحفاظ على تلك المصالح مستعمدة في ذلك مختلف وسائل الضغط بمستوياتها المختلفة، سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم عسكرية أم غيره<sup>(٣)</sup>.

ولم تكن الفضائيات العربية بعيدة عن إدارة الأزمة العراقية في هذه الفترة حيث لعبت دوراً كبيراً، وبشكل خاص : القنوات الإخبارية المتخصصة لما يمثلته الخبر التلفزيوني الآن من تأثير كبير في تشكيل الصور الذهنية Image وإحداث تأثيرات على إدراك المشاهدين، بل والتأثير في أجندة الرأي العام والنخبة العربية وصناع القرار على حد سواء Agenda Setting<sup>(٤)</sup>.

وعليه تسعى هذه الدراسة إلى : اختبار وتقييم أداء الفضائيات الإخبارية العربية في إدارة الأزمة العراقية (حالة احتلال بغداد ) من خلال دراسة أدبيات إدارة الأزمة ونظريات التأثير الإعلامي وتحليل الأطر الإخبارية باستعمال منهج المسح بشقيه : التحليلي والميداني لعينة من الإنتاج الإخباري المقدم في ثلاث قنوات إخبارية (الخبرية للأخبار والعربية ) وكذلك لعينة قوامها ١٥٠ مفردة من النخبة العربية (السياسية والإعلامية ) .

### أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة إلى عدة اعتبارات من أهمها :

- التأثير الكبير للأزمة العراقية ، وبالتحديد حالة سقوط بغداد على الرأي العام، وعلى استمرار الأزمة العراقية بمراحلها المختلفة ، مما يتطلب تقييم كيفية تعامل الفضائيات العربية معها ، وتوضيح مدى التزامها بمنهجية علم إدارة الأزمات .
- مثلت أزمة احتلال بغداد منعطفاً كبيراً في تطور إحدائيات الأزمة العراقية بوجه عام لارتباطها بعناصر أخرى وأطراف دولية ، وأحدثت تغييراً جلياً في سمر الأحداث ، كما أبرزت قوى فاعلة ، وأحدثت قوى أخرى كانت أكثر نشاطاً في مرحلة أخرى من مراحل الأزمة .
- ندرة الدراسات الإعلامية التي تتناول تحليل ورصد الخطاب الفضائي الإخباري العربي في وقت الأزمات ، ودراسة تأثيرات ذلك على الجمهور المستهدف<sup>(٥)</sup>.

## البحوث

■ كما تأتي أهمية الدراسة من الدور الكبير الذي تلعبه الفضائيات العربية الإخبارية في تشكيل وجدانيات ومعارف وسلوكيات الرأي العام العربي ، وتحليل مدى ارتباط ذلك وتأثيره على الرأي العام الدولي .

### أهداف المشكلة :

تهدف الدراسة المقدمة إلى رصد العناصر التالية :

- رصد الأسس ، والكيفية التي عالج بها الخطاب الفضائي العربي الأزمة العراقية - حالة احتلال بغداد ٢٠٠٣ .
- رصد مجموعة التصورات التي طرحت في الخطاب الفضائي العربي لتأثير مرجعية الوسيلة ، وإطارها الإعلامي على التأثيرات المختلفة والقوى الفاعلة في التغطية .
- إبراز تأثير الفضائيات العربية على : ترتيب أجندة وسائل الإعلام العربية والدولية ، وترتيب أجندة صناع القرار العربي والدولي للفضائيات العربية في تناولها لأزمة العراق .
- رصد تأثير المستوى التقانة البصرية والتكنولوجية في التغطية الإعلامية الفضائية لأزمة العراق .
- رصد إشكاليات الحوار مع الآخر للفضائيات العربية في تناولها لأزمة العراق .
- تعرف مواقف وإتجاهات النخبة العربية في معالجتها لأحداث أزمة العراق - حالة احتلال بغداد .
- العمل على تقديم إستراتيجية متكاملة لدور الإعلام الفضائي العربي في إدارة الأزمات العربية .

### تحديد مشكلة الدراسة :

وإن ضسوء استقراء الأوضاع الاتصالية الحالية وما تفرضه من أهمية متزايدة للفضائيات العربية في الفترة الأخيرة ومشاركة في نقل الحدث ، بل وربما إعادة صياغته في فترات الحروب والأزمات ، ومن خلال ما أحدثته الأزمة العراقية الحالية من تداعيات خطيرة ، وارتباك على الساحين : العربية والدولية، وولسدت أزمات متشابكة ومعقدة ، وهو الأمر الذي يطرح التساؤل الرئيسي في مدى تعامل ومعالجة الفضائيات العربية لهذه الأزمة وإدارتها إعلاميا بالاتساق مع المدخل الإستراتيجي لنظريات إدارة الأزمات في بدايتها واتفحسارها وانحسارها والتأثيرات الناجمة عنها ، وكذلك الأدوار والنسوى الفاعلة فيها .

## البحوث

ومن خلال مسح الدراسات السابقة المتصلة بموضوع الدراسة : لتحديد مشكلة الدراسة في رصد دور الفضائيات العربية الإخبارية في التعامل مع إشكالية إدارة الأزمات بالتطبيق على أزمة الحرب على العراق (حالة احتلال بغداد) .

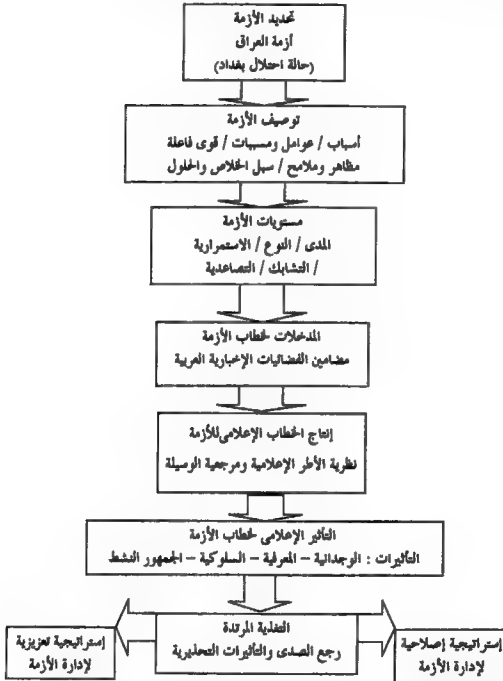
من خلال دراستين إحداهما: تحليلية لعينة من إنتاج النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية الثلاثة (الجزيرة - النيل للأخبار - العربية) والثانية : ميدانية على عينة (١٥٠ مفردة) من النخبة العربية السياسية والإعلامية للتعرف على اتجاهاتهم وآرائهم في تقييم تغطية هذه الفضائيات للأزمة العراقية بالتطبيق على حالة احتلال مدينة بغداد .

### الإطار النظري للدراسة :

تسود الدراسة المقدمة وفقاً لأدبيات الأطر النظرية لعلوم إدارة الأزمات في محورها الإعلامي في مراحلها المختلفة من بداية وتطور وانتهاء ، من خلال كيفية المعالجة الإخبارية للقنوات الفضائية إزاء أزمة العراق في مراحلها المختلفة والمتغيرات والعوامل التي أثرت في تناولها الإعلامي لهذه الأزمة ، وعليه سعت الدراسة إلى طرح نموذج إستراتيجي للإدارة الإعلامية للأزمة بالتطبيق على مرحلة احتلال مدينة بغداد في أيدي قوات التحالف الأجنبي أمريكي وسقوط عناصر النظام العراقي .

ويتم بناء هذا النموذج على عدد من المتغيرات ومعايير إستراتيجيات الأزمة ، وكذلك الأطر النظرية الإعلامية التي تنتج من تأثيرات الخطاب الإعلامي الإخباري المقدم عبر هذه الفضائيات على جمهور المشاهدين من النخبة العربية كما يحددها الشكل التالي :

شكل (١) : نموذج الإدارة الإعلامية للأزمات - Crises Media Model Cmm .



مكونات النموذج :

#### أولا : مفهوم وتوصيف الأزمة : Crises Definition

أضحى مفهوم الأزمة Crises من أكثر للمفاهيم واسعة الانتشار في العصر الحديث، وتعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الأزمة حيث يشير لها باحثو الاجتماعيات بأنها توقف في الأحداث المنظمة واضطراب العادات والعرف مما يستلزم معه التغيير السريع لإعادة التوازن ، وتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة ، أما الأزمة من الناحية السياسية فهي تعني حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة هذه الأزمة<sup>(١)</sup>.

وبما أن مفهوم الأزمة من إشكالية الخلط والتداخل بينه وبين عدد من المفاهيم القريبة الصلة منه مثل المشكلة Problem أو الصراع Conflict ثم الكارثة Disaster ذات الأثر الحاد والتدميري والتي قد تكون سببا لإحداث أزمة<sup>(٢)</sup>.

وإن كان التعريف الذي قدمه الحملواي (١٩٩٥) للأزمة هو الأقرب اتصالا بالدراسة المقدمة والذي يصفها بأنها خلل يؤثر تأثيرا ماديا على النظام كله ويهدد الافتراضات الرئيسية القائمة عليه<sup>(٣)</sup>.

بينما يعرف منهج النظم الأزمة بأنها نظام متكامل يخضع على أربعة عناصر : مدخلات الأزمة - نظام تشغيل الأزمة - مخرجات نظام التشغيل - التغذية المرتدة وهي عناصر تشكل الإستراتيجية المثلى في إدارة الأزمات في إنتاج الخطاب الاتصالي.

#### عناصر الأزمة :

- التقيد والتشابك والتداخل في عناصرها وأسبابها .
- المفاجأة واستحواذها على بؤرة الاهتمام لدى المؤسسات والأفراد.
- نقص المعلومات وعدم دقتها.
- جماعية الأزمة يمدد في كثير من الأحيان أمرا مصيريا ؛ لأنها قد تمثل تهديدا لحياة الإنسان وممتلكاته ومقومات بيئته ، وقد تتطلب هذه المواجهة أنماطا غير تقليدية وعروجا عن التنظيمات المألوفة يمكن من استيعاب ومواجهة الظروف الجديدة المترتبة على التغيرات الفجائية<sup>(٤)</sup> .

## مراحل ومستويات الأزمة :

### ١- المرحلة التحذيرية (مقابل الأزمات ) Pre Crises

وهى المرحلة التى تسبق الأزمة وتأتى أهميتها فى قدرة القيادة على استشراف واستكشاف كل الاحتمالات والمتغيرات التى قد ينجم عن وقوعها أزمة ما ، ومن ثم بحث السبل والآليات المناسبة لمواجهة الأزمات المحتملة .

### ٢- مرحلة نشوء الأزمة Starting

فى المرحلة السابقة إذا ما فشل صانع القرار فى توقع الأزمة ، فإن متغيراتها قد تنمو وتتسع . وعليه ، فسنان كفاءته تتجلى فى احتواء ومواجهة الأزمة ، وههنا بدوره يتوقف على عدة عوامل رئيسية منها : حجم المعلومات المتوفرة ، والقدرة على تحديد الأولويات والاختيار الدقيق بين البدائل .

### ٣- مرحلة انفجار الأزمة Explosion

تأتى عندما تفشل الاحتراوات فى مرحلة نشوء الأزمة ، بحيث لا يستطيع صانع القرار السيطرة عليها وعلى متغيراتها المتسارعة ، وتحدث ارتباطا واسعا المبال فى المناسخ الحياتية المختلفة ، ولا توفر أى مناخ يحقق المشاركة بين النظم المختلفة أو حتى تنمية العلاقات التبادلية مع البيئة الخارجية .

### ٤- مرحلة انحسار الأزمة Fading :

يبدأ فى هذه المرحلة تلاشى العوامل المسببة للأزمة بحيث تعود المنظمات إلى مرحلة التوازن الطبيعي قبل حدوث الأزمة ، وتتميز بدرجة عالية من الكفاءة والرشاد والخطط بصدد التعامل مع الأزمات وصولا إلى مرحلة التوازن ، وهى كذلك حالة تقويمية للتعامل مع العوامل المستحدثة التى قد تفجر أزمة مستقبلا<sup>(١)</sup>.

## مراحل إدارة الأزمات :

- مرحلة الاعتراق بلندار الأزمة.
- مرحلة التمرکز وإقامة قاعدة للتعامل مع عوامل الأزمة بعد اختراقها .
- مرحلة توسيع قاعدة التعامل ومد جسور الاعتبارات .
- مرحلة الانتشار السريع لتدمير عناصر الأزمة وشل حركتها.
- مرحلة التحكم والسيطرة على موقع الأزمة .
- مرحلة التوجيه لقوى الفعل الإرادى الفاعلة إلى المجالات الأخرى .

## عناصر إدارة الأزمة :

### ١ - تشخيص الأزمة :

من خلال قيام صانعي القرار بتشخيص الأزمة، وتكييف أهداف الخصم مما يعمل على تقليل الأضرار السلبية للعوامل المصاحبة للأزمة ، والتي تؤدي إلى تكوين إدراك مشوه عن بيئة الأزمة ، ويقوم تحليل الأزمة على شقين : تقدير مدى التحكم في الأزمة ، وتقدير المخرج من المعضلة والأزمة بمقارنة النتائج المحتملة واحتمالات وسبل الخلاص ما بين اختيارات الحرب أو المساومة أو حتى التنازل من طرف واحد حيث لكل هدف خيار في تحليل الإجراء ثم تحليل الخطاب ثم تحليل التدهاي الممكن .

### ٢ - تحليل القوى الفاعلة في الأزمة :

على أساس تحليل تصور خطاب محدد لمجموعة من الفاعلين ذوي الأهمية ورسد الأدوار والصفات النسوبة لهم في الخطاب المدروس ، وتقييم أداء هذه الأدوار سلبا أو إيجابا من وجهة نظر الخطاب<sup>(١٠)</sup>.

ويتم ذلك من خلال قياس أداء :

- الفاعلين الرسميين .

- الفاعلين غير الرسميين ، وحركتهم وقدرتهم على الضغط .

فالأطراف أو الفاعلون الرسميون يخضعون عادة للمسؤولية الدولية في حين أن الفاعلين غير الرسميين لا يخضعون لها ، ويتسمون بالميل للتغيير السريع في المزاج والتكيف والسياسات .

وكذلك يقاس مدى السيطرة والتحكم في الأزمة مدى درجة وجود مصالح مشتركة بين الفاعلين في الأزمة مثل حالات : التلاعب - التوريط-حافة الهاوية -الانفلات .

### مستويات الأزمة :

تحدد مستويات عديدة للأزمة والتصنيفات التي تبين عليها على النحو التالي :

- من حيث المدى : مصري- جوهري- عرضي.
- من حيث التأثير : عطور- حاد - عادي.
- من حيث الاستمرارية : مستمرة - غير مستمرة.



## البحوث

- من حيث التقيد : متشابهة - متصلة - منفصلة.
- من حيث التصاعدية : قبلي - أثناء - بعدي.
- من حيث الجغرافية : وطني - عربي - إقليمي - دولي .

### أولا : أزمة الحرب على العراق في ضوء نموذج المراسمة (حالة احتلال بغداد) -مقاربة تاريخية

يرى المنظرون أن التاريخ الحقيقي لأزمة العراق يعود إلى الحرب العراقية الإيرانية أو حرب الخليج الأولى والتي حملت بين طياتها أسباب تفجير حرب الخليج الثانية (غزو العراق للكويت عام ١٩٩٠). والتي تمتد آثارها حتى الآن لما أحدثته من آثار على الأطراف المشتركة في الأزمة ، وبموجبها بدأت الحشود العسكرية الغربية في منطقة الخليج ، ما بين ساحة دولية متشابكة بين المارك الفرنسية والأمريكية وما بين تمزق عربي مدمر صاحب الأزمة سواء على المستوى العسكري أم الاقتصادي أم السياسي أم الاجتماعي . وبرغم ما أحدثته الأزمة من شرخ في جدار المواطنة العربية ، إلا أن ذلك لم ينفصم من الرفض الشعبي والعربي للمعايير للزدوجة الغربية في التعامل مع الأزمة ، وأثارت الأزمة العراقية مع مجلس الأمن في تطورات الموقف تشير إلى معاناة كبيرة يشهدها الشعب العراقي من أطفال ومدنيين من جراء القصف المستمر من قبل أمريكا وبريطانيا على الأهداف المدنية في العراق ، وهو ما يمثل انتهاكاً صارخاً لحقوق الإنسان.

وتصاعدت الأزمة تصاعداً حاداً في أعقاب انفجارات ١١ سبتمبر الشهيرة ، والتي قدمت فرصة ذهبية للولايات المتحدة لأن ترفع شعار حربها ضد الإرهاب بمبدأ الضربات الاستباقية ، وبدأت مرحلة الضغط على النظام العراقي تحت دعوى امتلاك أسلحة الدمار الشامل مما يمثل من وجهة النظر الأمريكية تمهيداً لإرهابياً ، وكذلك الاتصال بتنظيم القاعدة . وبعد سلسلة من الضغوط والمناورات السياسية والعسكرية قامت قوات التحالف الأجنبي أمريكي ببدء الضربة العسكرية المنتظمة في ٢٠٠٣/٣/٢٠ قابلهما مقاومة عراقية عنيفة ومنتظمة ، أوقعت عديداً من الخسائر المادية والمعنوية في صفوف قوات التحالف ، إلا أنها لم تصمد أمام السقوط المفاجئ للعاصمة العراقية بغداد في ٢٠٠٣/٤/٩ وبدلها وقعت المدينة في أيدي قوات التحالف ، ولعب الإعلام الدولي دوراً في إظهار لقطات تلفزيونية غير محددة المصدر كلقطات متشابهة ومكررة عبر الفضائيات العربية تصور مظاهر فرحة بعض الأشخاص ، الذين تم تقييدهم على أعمق عناصر الشعب العراقي مرشحين بقدم قوات التحالف وانتهاء عصر الرئيس السابق صدام حسين ، وصاحبها حالات قوضى عارمة وتدمير تلمحق بكل الكيانات والمؤسسات العراقية .

## البحوث

وبعدها بدأت مرحلة جديدة من الغزو الأمريكي للعراق بمعنى كلمة الغزو ، ولاتزال الأزمة مستمرة حتى الآن في الصراع بين قوات الغزو والمقاومة العراقية وبين ردود أفعال عربية ودولية لاتعدى الاستنكار والإدانة والمطالبة بسرعة انتهاء الغزو<sup>(١١)</sup>.

وعليه ، تم اختيار حالة احتلال بغداد كنموذج للأزمة على اعتبار أنه أكثر الحالات في تاريخ الأزمة العراقية نضجا وقربا من مفهوم الأزمة لما يوفره من بداية ، وانقجار ثم انحسار وقبى للمحور الرئيسي على الرغم من سلبته وهو وقوع المدينة في أيدي قوات الغزو .

### ثانيا : نظرية الأطر الإعلامية ومدخلات الخطاب الإعلامي للأزمة Media Framing:

تم استخدام نظرية الإطار الإعلامي لقياس وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية التي ينقلها الخطاب الإعلامي العربي للأزمة العراقية موضع الدراسة ، وهي إحدى النظريات الإعلامية الحديثة التي تسمح للباحث بقياس مضمون الرسالة الإعلامية ، وتقديم تفسيرات لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات إزاء القضايا البارزة واستجابة الجمهور للمعرفة والوجدانية والسلوكية لتلك القضايا .

و تقسم هذه النظرية على أساس أن مضمون أية رسالة إعلامية لا يتحدد إلا بعد وضعه في إطار Frame عدد بالتركيز على جانب من هذا المضمون وإغفال جانب آخر ، وهو ما يعني اتقاء متعمداً لجانب من جوانب موضوع الحدث و التركيز عليه دون بقية الجوانب المكملة للحدث.

و يحدد "إتيمان" Enman أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي :

١- تحديد المشكلة أو القضية بدقة .

٢- تشخيص أسباب المشكلة

٣- وضع أحكام أخلاقية .

٤- اقتراح سبل العلاج<sup>(١٢)</sup>.

وتركز هذه النظرية على أهمية أن المشكلة توضح أسباب هذا الإطار المرجعي ومرجعته ، وقد تتمثل الأحكام الأخلاقية في اعتناق القائم بالاتصال لأفكار عاطفة أو كونهم أداة طيعة في أيدي النظام السياسي . ويتم تقديم الأخبار وفقا لسياسة المؤسسات الإعلامية وعيورها والسياسات الحكومية في الدولة أيضا .

ويؤكد Robert W Leweke بشأن وسائل الاتصال بإمكانها أن تضع الظواهر كالجريمة أو الدمج أو القضايا السياسية في إطارات و قوالب مختلفة ، سواء بتجاهلها أم التشويش عليها ووضعها في خلفية الاهتمامات أو بالتركيز عليها وإظهارها<sup>(١٢)</sup>.

ومن أهم وظائف نظرية الأطر ، قدرتها على اكتشاف الخلل والمشكلة وإيجاد اقتراحات لحلها بتحديد أى النواحي الأكثر أهمية ، وكيف يمكن أن تقدم ؟

ووفقا لنظرية الأطر فإنها تتعامل مع أربعة عناصر مختلفة ، وهى :

١- الجمهور - للتلقي Audience

٢- المضمون - الرسالة Text

٣- القائم بالاتصال - المرسل Communicator

٤- الثقافة Culture أو المجتمع ذاته Society<sup>(١٣)</sup>

حيث يلعب العاملون في مجال الإعلام دوراً حيوياً في عملية التكوين الاجتماعي للحقيقة والواقع Social Construction Of Reality لدى الجمهور ، كما أكد Lippmann عام ١٩٢٢ أن وسائل الإعلام الإخبارية ، تلعب دوراً كبيراً في تشييد صورة الواقع للجمهور المتلقي وفقاً لمنظورها الخاص عبر نظريتين Agenda Setting And Priming فتجعل الصورة داخل رؤوس هؤلاء البشر حول حاجاتهم وأغراضهم وعلاقتهم على أنها جزء من رأيهم عام .

من جانب أكد Carey أن الصحافة تشارك في البحث عن اللعين حينما تقدم الأخبار بكل براعة ودون قصد ، فهي تقدم عذمة تشكيل الواقع بما يتناسب مع هذا التطور و هو ما يطلق عليه " Reality Making"<sup>(١٤)</sup>.

#### ثالثاً : التدخلات الإعلامية للنموذج :

#### الشهد الإخباري الفضائي في أزمة الحرب على العراق :

عند محاولة رسم صورة لثيمات للشهد الفضائي العربي Arab Media Scene في فترة الحرب على العراق تتجسد عدة ملامح ، يمكن إيجازها فيما يلي :

## أولاً : إيجابيات المشهد :

### ١- المستوى المهني للإعلام البصري الخارجي وتوظيف التقنية البصرية :

شهد الموقف الإعلامي طفرة تقنية عالية في الفترة الأخيرة مستخدماً تكنولوجيا متطورة تجعل من تغطية الأحداث حدثاً بصرياً و تكنولوجياً استثنائياً من خلال التقنيات الحديثة في مجال الإعلام أو الثورة المعلوماتية التي قلبت المفاهيم ووصلت إلى حد خلق أجواء تفاعلية بين الباث والمتلقي ، وأساس هذه التكنولوجيا الجديدة هو منظومات الأقمار الاصطناعية وأجهزة البث الأرضي (Sng) والمواثف المرئية إلى آخر الابتكارات الحديثة، واعتماد كل الأطراف الصانعة للحدث على التلفزيون لبث رسائل أو معلومات أو القيام بالتطبيقات وإيلاء الرأي وهو ما منح التلفزيون - من حيث يدرى ، أو لا يدرى - عنصر السبق الصحفي ، والأمثلة كثيرة على ذلك.

ولكن على الرغم من تلك الطفرة التقنية الرفيعة ، فالحالات البصرية والتكنولوجيا والتي انعكست في لقطات المشاهد وتدفق الأخبار وتعدد التقارير ، إلا أنها ارتبطت بمسألة مدى القدرة البشرية للموهلة على توظيف هذه التكنولوجيا حيث انحصرت القوالب والأشكال البرمجية في شبه أنماط محددة تتكرر ، ولم تؤثر في الكثير من القنوات الفضائية العربية امتلاكها لناسبة التكنولوجيا على الارتقاء بمحتوى المضمون المقدم بل وصارت أداة لإعطاء صورة انتقالية للواقع<sup>(١٦)</sup>.

### ٢- الكفاءات الإعلامية العربية المناسبة :

تشير الدراسات إلى انخفاض نسبة من يعملون في هذه القنوات ذوى المرجعية الأكاديمية الإعلامية أو الذين لم يتعاطوا مرحلة تأهيلية لتجاوز ذلك، بالإضافة إلى عدم الاهتمام الكال بتدريب وتطوير مهارات وقدرات هذه العناصر البشرية للموازنة ، ما بين استخدام التقنيات الحديثة والارتقاء بالمضمون تحت مظلة أجنحة المؤسسة الإعلامية التي يحملون مرجعيتها .

إلا أن هذا لا ينكر تميز التعامل مع الأزمة في الحرب على العراق ، حيث واكبتها تغطية إعلامية تشكل مكسباً للجميع من خلال إعداد مسبق وتخطيط مبكر ، حيث تم توزيع المراسلين والموفدين الخاصين على جميع المناطق الساخنة قبل فترة طويلة نسبياً من اندلاع الحرب ، وتم توفير التجهيزات التقنية اللازمة وتخصيص أستديو كامل وبمجهز لمواكبة الحدث ، وتجنيد كل الطاقات البشرية على مدى الأربع والعشرين ساعة لرفع هذا التحدي مما يعكس مدى أهمية هذه التحضيرات اللوجستية ، بما في

## البحوث

ذلك أن تجمع كتبية كاملة من المراسلين والمؤلفين ، وأن تضع على كاهلهم تجهيزات تقنية عالية تؤمن البث المباشر والحى ومن مكان الحدث في أية لحظة<sup>(١٧)</sup>.

### ٣- علاقة التبعية الإعلامية :

نجمت الفضائيات العربية في أن تكون مصدراً رئيسياً من مصادر الأخبار في العالم ، وأصبح بالإمكان كسّر علاقة التبعية الإعلامية التي تفرض على وسائل الإعلام السمعى - البصرى العربية في استيراد المعلومات والصور من مصادر أجنبية ، مع ما ينجم عن ذلك من خضوع لسلطة تأويل المصدر .

### ٤- هوامش الحرية وأنواع الرقابة ( سياسية - ذاتية - أجنبية ) :

والملاحظ أن عدداً محدوداً من الفضائيات العربية يتمتع بقدر كبير من الحرية في إبداء وجهات النظر المختلفة والرأى والرأى الآخر ، والبعض الآخر يتعرض لنوع أو آخر من أنواع الرقابة سواء كانت : رقابة سياسية من نظام البلد التابعة له أم الموجودة فيه ، أم رقابة ذاتية تُستَظَنُّ المنع وترسم لنفسها خطوطاً حمراء أم - إن جاز التعبير - رقابة أجنبية ناجمة عن ضغط بعض الدول الكبرى ، ويثار في حجم الحرية والاستقلالية للقناة عدد من الإشكاليات مثل سيطرة نسبية لرأسمال المشارك بمخصص وجود استقلالية فعلية عندئذ ، كذلك ممارسة بعض الفضائيات للنقد ضد نظم عربية وبينها ويسكت عن بعضي آخر مشايه ما يطلع في مصلقية ذلك النقد و يُشَكَّك في استقلالية هذه الفضائيات<sup>(١٨)</sup>.

### ٥ - تأثير الفضائيات العربية على : ترتيب أجندة وسائل الإعلام العربية والدولية ، وترتيب أجندة

#### صانع القرار العربي والدولى :

نجمت الفضائيات العربية - بعضها على الأقل - في الانفتاح على الفاعلين السياسيين والثقافيين في الوطن العربى ، بالرغم من وجود بعض الاستبعادات التي تعود إلى أسباب سياسية أو غير ذلك ، بالإضافة إلى بعض المساهمات للفضائيات العربية في مجال العلاقة بين التيارات العلمانية والتيارات الإسلامية في الوطن العربى ، ما بين إقامة جسور التفاهم والإدراك المشترك للتحديات والتعاون المتبادل والمساحلة الصراعية التي تعمق الشروخ وتمزق المُشترَكَات والجوامع ، كما ساعدت في ترتيب أجندة الشارح العربى والارتقاء على مستوى الوعى السياسى وصعيد التفكير الاجتماعى ، ومن الإنصاف في القول : بأن الفضائيات العربية ليست بديلاً عن الأحزاب الثورية العربية ، وليس من المفروض أن تكون كذلك حيث لا يمكن أن تنهم للفضائيات العربية بالفشل بمجرد ألها لم تستطع القيام بما فشلت عنه

## البحوث

الأحزاب الشورية والطليعية. القنوات التلفزيونية لا يمكنها أن تلعب دور الجيوش الحاربة ، أو تلقى بالهزيمة على عاتق المراسلين المحتويات ؛ فهي جزء من الشارع العربي تعكس قوته وضعفه ، وليست في برج عاجي بعيدة عنه<sup>(٢٩)</sup>.

### ٦- إشكاليات الحوار مع الآخر :

تعد مشكلة غطابة الآخر واحدة من أهم الإشكاليات التي تواجه الإعلام الفضائي العربي ، ويقف عاجزاً عن تجاوزها حتى الآن ، وانحصر الخطاب الفضائي العربي في دوائر الخطاب العربي ، في كيفية تعامل القنوات العربية مع إشكاليات الحوار مع الآخر في أزمة العراق مع محاولة رسم المأمول من القنوات العربية في الوقت الذي يبدو فيه أن الفضائيات العربية التي نشأت كوسيلة سيطرة حكومية تحولت إلى واحدة من أكثر الأشياء التي تهدد التعتيم والضبابية التي تمارسها الأنظمة العربية<sup>(٣٠)</sup>.

### ثانياً : سليات المشهد :

ولكن على الرغم من أن المنظومة الإعلامية الجديدة تدعو إلى التفاعل ، فإنها لا تخلو من التساؤلات و التحفظات والغموض التي يرددها المهتمون بالعمل الفضائي العربي : نذكر منها الشبث بمنظومة المؤامرة، تضليل الرأي العام، تضخيم الانتصارات الصغيرة، خلط الخير بالرأى، الخوف في تفاصيل الحرب دون تقديم فهم عميق وشامل لما يحدث، الائتمان لثقافة التمني ، السعي لإرضاء المشاهد العربي بالعرف عما يرغب في سماعه ورؤيته، إخضاع الرسالة الإعلامية للفضائيات للحللفية الأيديولوجية للعاملين بها، واستضافة المصلين السياسيين والخبراء الاستراتيجيين والعسكريين الذين لا تستند تحليلهم إلى الواقع أو إلى أسس حقيقية على الأرض ، وتميش العراقيين أصحاب الشأن. كذلك كان الإعلام العربي المرئي في رأى بعض النقاد يتنافس لكسب أكبر عدد من المشاهدين ، ويتسابق للحصول على المعلومة ، بغض النظر هل هي صحيحة أم عاطفة ، مما جعل التنافس للأفضلية أهم من التنافس لإيصال الحقيقة . كما يرى البعض أن مراسلي بعض الفضائيات في العراق خلال الحرب لم يكونوا واقعيين أو منصفين، وكانوا انتقائيين ومزاجيين يحاولون دائماً تصوير الجوانب السلبية للحملة العسكرية الأمريكية. إلا أن الحرب الأعيرة على العراق قد أظهرت مصطلح "الحرب الإعلامية" كمكون رئيسي في هذا الصراع يتم من خلاله تقييم المشهد الإعلامي في هذه التجربة الأولى من نوعها في عصر سيادة الفضائيات والإنترنت ، كما أن الظاهرة الأبرز في ذلك الفرق المائل بين عرض الخدمة وحجم المادة المتوفرة ، فلقد سعرت مئات وسائل الإعلام نفسها التغطية - على مدار الساعة - حدث شد العالم

## البحوث

كله ، لكن حجم المادة المتوفرة كان فقراً بصورة ملحوظة أمام أحداث ومشاهد متواضعة القيمة بثت على مدار ساعات الإرسال الفضائي المختلفة<sup>(١٢)</sup>.

### رابعا : نموذج التأثيرات الإعلامية لخطاب الأزمة : Media Effect Model

يشار غالباً مع أدبيات الخطاب الإعلامي في إدارة إشكالية حدود التأثير التي قد تتج من هذه الرسائل الإعلامية ، فقد اختلفت التحليلات التي تتناول تحليلاً كاملاً لتأثيرات الإعلام على الجمهور أثناء الأزمات والكوارث ما بين التأثيرات المباشرة وغير المباشرة ، أو التأثيرات على القيم والانجذارات والسلوك للأفراد أو تأثيراتها على المجتمع والثقافة والمنظومة القيمية والثقافية<sup>(١٣)</sup>.

### مدخل المفهوم الشامل لانجاء Abc :

في مواجهة الرؤية التي تعتبر الاتصال أداة حاسمة في تشكيل اتجاهات وقيم الجمهور توز الرؤية التي تستمى إلى مرحلة ما بعد الحداثة ، ويتجها التيار النقدي في الدراسات الاتصالية ، والتي تحاول تصحيح موقع ودور الجمهور في العملية الاتصالية ، حيث كان ينظر إليه كمنصر متلق سلبي بالرسائل الاتصالية بشكل مطلق ، فالجمهور هو الذي ينتج المعنى الخاص به ، لأنه يفسر المضامين الاتصالية من خلال أفكار مسبقة لديه تتفق مع تكويناته الثقافية وتنشئة الاجتماعية.

وبذلك يمثل الانجاء حصر الأساس في عملية تكوين السلوك ويشمل ثلاثة مكونات:

(أ) المكون العاطفي : Affective Component A مثل مشاعر الحب - الكراهية - الاهتمام.

(ب) المكون المعرفي: Cognitive Component B مثل للمعلومات والمعارف والحقائق.

(ج) المكون السلوكي: Behavioral Component C مثل السلوكيات والتصرفات.

وتشكل هذه المكونات الثلاثة ما يسمى بالمفهوم الشامل للانجاء Abc ، والذي يبحث في العلاقة التأثيرية المفترضة بين المكونات الثلاثة وإنهاء هذا التأثير والاتساق بين المكونات الثلاثة<sup>(١٤)</sup>.

### إشكاليات التأثير في إعلام الأزمات :

إلا أن ذلك لا يمنع وجود بعض الإشكاليات التي تواجه تأثيرات إعلام الأزمات والكوارث ، ومنها :

■ عدم وجود توازن بين الجوانب الوجدانية والمعرفية والسلوكية ، من خلال الموازنة بين الجوانب المختلفة للأزمات والكوارث المتشكلة في نتائج الأزمة والمشكلة وأسبابها والحلول المطروحة وفقاً لنظرية

## البحوث

الموقف المشكل ، حيث يتم التركيز في الاستمالات على الرسائل التحذيرية أو التأنيبات المباشرة وقصيرة المدى .

■ عدم وجود توازن بين الآثار المباشرة وغير المباشرة ، أو التركيز على نظريات الإنماء الثقافى وترتيب أولويات القضايا وبناء الصور والرموز كمصدر لمعرفة الواقع وتحديد أنماط تعاملهم وسلوكهم مع هذا الواقع .

■ في مراحل الأزمة تثار إشكالية التركيز على مرحلتى الاستعداد والوقاية وضعف الاهتمام ببقية المراحل ، وفي مقدمتها مرحلة استعادة النشاط والتعلم.

■ في مرحلة رد الفعل : يخشى ظهور آثار مقصودة وتداعيات غير مطلوبة للرسائل الإعلامية ، منها زيادة الشعور بالخطر لدى الجمهور أو عدم فهم وترجمة الرسائل الإعلامية لأسباب تتعلق بعيوب في تصميم الرسالة أو قنوات التوصيل أو الموقف الاتصال ذاته أو الخصائص الفردية والمتباعدة بين فئات الجمهور المتلقى ، مما يضاعف حدود إثارة الذعر دون وجود وعاء لاستقبال رد الفعل النفسى الناجم عن هذه الحالة الذعرية لتعديل وترشيد السلوك الاتصالي<sup>(٢٤)</sup>.

### الدراسات السابقة :

يمكن تحديد أطر الدراسات السابقة التى ارتبطت بموضوع الدراسة بصورة غير مباشرة إلى المحاور التالية :

أحور الأول : دراسات تستهدف إدارة وسائل الإعلام للأزمات والأحداث الطارئة :

يشير المهتمون بشأن أداء الإعلام العربى في إدارة الأزمات أن هناك عدداً من الإشكاليات التى تناولت هذه القضية في مقدمتها عدم التخطيط والاستخدام العلمى لبناء الرسالة ، مما انعكس سلباً على ردود أفعال الجمهور إزاء الرسائل المقدمة كما أوضحها محمد شومان ٢٠٠١ في رسده لإشكاليات مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث<sup>(٢٥)</sup>.

إلا أنه قد سعى عدد من الباحثين إلى رصد دور وسائل الإعلام في وقت الأزمات، ومنها دراسة هويدا مصطفى ١٩٩٤ التى اهتمت بتعرف كيفية معالجة التلفزيون للمصرى والدولى لحرب الخليج ، والتى توصلت فيها إلى اهتمام التغطية بجوانب هامشية وإغفال نواح رئيسية في الأزمة<sup>(٢٦)</sup>.

كما توصلت نوال الصفقى ١٩٩٩ في دراستها لنور الصحافة المصرية في معالجة الأزمات والأحداث الطارئة بالتطبيق على أحداث الكشح ، إلا أن الصحف المصرية تناولت في عرضها مسارات



السهرنة للتدليل على مصداقية الطرح الإعلامي حول الأزمة في مجموعة الاستشهادات التاريخية والدينية والثقافية ، ثم جاءت مسألة عرض الأحداث من كافة جوانبها في الترتيب السابق دون إبداء رأي فيها<sup>(٢٧)</sup>.

أما إيناس أبو يوسف ٢٠٠١ فقى دراستها للخطاب الصحفي العربي بين الذات والآخر بالتطبيق على الأزمة العراقية الأمريكية في فبراير ١٩٩٨ فقد أثبتت أن الخطاب الصحفي العربي لم يقدم إستراتيجية موحدة لإدارة الأزمات ، فعلى الرغم من الاتفاق في أسباب الأزمة فقد اختلفت المبررات والبراهين المقدمة ، كما اختلف موقف ووضع وصورة القوى الفاعلة في إدارة الأزمة في معالجة الجرائد الثلاث موضع البحث : القادسية العراقية - الأهرام المصرية - النيويورك تايمز الأمريكية<sup>(٢٨)</sup>. وهي كلها دراسات تؤكد وجود مشكلة في تطبيق أدييات إدارة الأزمة إعلامياً في مجالات الأزمات والكوارث التي تواجه العالم العربي .

#### أخبر الثاني : دراسات تستهدف التعامل مع نموذج الأطر الإعلامية :

كما تعددت الدراسات التي تثبت التزام الخدمات الإعلامية بإطار إعلامي تتحرك المؤسسة في داخله لايفصل عن أبحاثها السياسية ، ومنها دراسات محمود عبد الحميد ١٩٩٧ - وهشام عبد المقصود ١٩٩٥ كذلك دراسة دينيس إيفرت ١٩٩١ عن تأثير ظروف بيئة العمل الإعلامي وقت الأزمات، وما تمثل هذه الظروف من ضغوط تؤثر على العمل الإعلامي وطريقة تحرير وتقديم الأخبار.

كما أبرزت عدد من الدراسات تأثير الرسائل الإعلامية في أوقات الأزمات على الجمهور وكيف أنها تركز على التأثيرات الوجدانية ثم المعرفية ، ونادراً ما تتعرض للتأثيرات السلوكية ، وبرز في هذا الاتجاه دراسات : - 1997-Simon Geddens 2000- Horlick, Amendola & Casale 1995- شومان ٢٠٠١- مها الطرايشي ٢٠٠١- نوال الصفي ١٩٩٨ وآخرون .

#### أخبر الثالث: دراسات تتعامل مع التأثير الإعلامي للإعلام الفضائي على الجمهور :

دراسات تناولت تعرض الجمهور بتصنيفاته المختلفة لإزاء مضمون وسائل الإعلام ، وأثبتت هذه المجموعة أن اتجاهات آراء الجمهور تعتمد في المقام الأول على حجم ما تكمله له هذه الوسائل من عناصر ثلاثية وفقاً لمدخل المفهوم الشامل للاتجاه ABC وهي المكون العاطفي والمرن والسلوكي ، وأثبتت أن الجمهور قد يلجأ إلى وسائل الاتصال لإزالة حالة الغموض التي تصادفه أو نتيجة لنقص في

## البحوث

المعلومات . ومن أبرز هذه الدراسات : حنان كيلاني (١٩٩٣) - انشراح الشال (١٩٩٤) - كروس Cross (١٩٨٣) - ماك دونالد Mc Donald (١٩٨٣) هليون Halpern (١٩٩١) - حسن علي (١٩٩٨) - هوفستلر وسترانند Ofstaller & Strand ١٩٨٣ من جامعة ميتشجان الأمريكية Michigan University ، وكذلك جارمون واتكن Ch. Atkin Garramne & (١٩٨٦) وكنامر Kennamer (١٩٨٦) ، دياردي جونسن D: Johnston - هورستمان Horstman (١٩٩١) - دومنيك لاسورسا D.Lasorsa (١٩٩١) - الأعوان ميلرز M & K.Miller (١٩٩٧).<sup>(٣١)</sup>

### أهور الرابع : دراسات تتناول دور الخطاب التلفزيوني الإخباري كوسيلة لبناء المعنى :

كذلك تعددت الدراسات التي أكدت تفوق التلفزيون كمصدر للأخبار لدى المتلقي وخاصة في مجال الإعلام الفضائي حيث يتفوق التلفزيون كوسيلة إخبارية في ظل ثورة الاتصال ، والتي أتاحت إمكانية معالجة للموضوعات عن بعد ، وذلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يتبعه من تحميل للحدث مما يساعد في زيادة إدراك الجمهور السياسي وتكوينه للأجندة السياسية<sup>(٣٢)</sup> ، ومع اتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال التلفزيوني وتعدد قنوات التلفزيون الدولي وتطور استخدام الاتصالات الفضائية وتزايد الوعي بأهمية الوظيفة الإخبارية للتلفزيون ؛ خصوصاً في أوقات الأزمات والأحداث الطارئة<sup>(٣٣)</sup>.

- فلقد أثبت الباحثون أن الأخبار التلفزيونية، تعد من أكثر المضامين تفضيلاً لدى المتلقي بل أكثرها استعمالاً، فبحسب أعدادات ليفي M.Levy هناك خمسة مجالات مختلفة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية وهي: المراقبة والعلمانية Surveillance-Reassurance - التوجيه المعرفي Cognitive Orientation - خلق استجابات Dissatisfactions - التوجيه العاطفي Affective Orientation - التسلية Diversion<sup>(٣٤)</sup>، والأفراد أصبحوا ينظرون إلى التلفزيون باعتباره وسيلة تعكس الواقع ويسعون من خلالها للحصول على المعلومات التي يحتاجونها عن الحياة الواسعة . فعلى مستوى الواقع الأمريكي أكد روبى Rubey اقتناع المواطن الأمريكي بدور التلفزيون في تشكيل الواقع اليومي وخبرات الأفراد ، ومن ثم الاعتماد عليه في عملية الإمداد بالمعلومات العامة وتكوين الشخصية<sup>(٣٥)</sup> ، وهذا الإحساس بالواقعية من خلال الصورة وعناصرها والذي يقدمه التلفزيون يعطي إحساساً مماثلاً في الاعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة من خلاله<sup>(٣٦)</sup>.

كذلك أكد الباحثون أمثال جيمس بوتنر J.Potter أهمية التلفزيون وبرامجه في القيام بغرس القيم والمعتقدات التي تشكل السلوك وخاصة لدى الشباب والمراهقين . وما يضاف أيضاً من خصائص للتلفزيون يحدده جودي كوهين J.Kohen في تشجيع أهداف المشاركة الديمقراطية والمساعدة على حفظ السلطة الاجتماعية ، وخاصة إذا كانت للمادة المقدمة تساعد في تدعيم الرؤية النقدية Critical View وتشجيع المشاهد على التفكير والإحساس بأنه ليس سلبياً في سير الأحداث وتتابعها وإنما له دور فيها<sup>(٣١)</sup>

— هذا بخلاف ما أثبتته الدراسات والأبحاث عن وظيفة أعبار التلفزيون المحلية ، فمن خلال الاعتبار المحلية يمكن للتلفزيون أن يساهم في ربط المشاهد بأحداث وطنه وتعبئة شعوره القومي وغاطبة عقله ووجدانه مما يسهل له أن يكون رأياً عاماً لديه يساعد في تعرف المشاركة الفعالة<sup>(٣٢)</sup> .

#### مقاربة منهجية للدراسات السابقة :

ويمكن التوصل من خلال العرض السابق للدراسات السابقة القريبة الصلة من موضوع الدراسة الحالية أن هناك بعض الإشكاليات التي تتناول مدى تطبيق الأساليب المثلى في الأداء الإعلامي العربي في الأزمنة والكولوث والأحداث الجارية كما أثارت الدراسات السابقة أهمية الأحدث بعين الاعتبار تأثير الإطار الإعلامي الذي تعمل بدخله المؤسسات الإعلامية ، والذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالاعتبارات السياسية والأجندة السياسية التي تحكم النظام السياسي للدولة أو ما يطلق عليه مرجعية الوسيلة ، كما ركزت دراسات عديدة على مدى أهمية الإنتاج الإخباري في الفضائيات العربية كوسيلة لمعالجة الأزمة وتلقي المشاهد العربي المعلومات من خلالها بالإضافة إلى ما تنتجه متابعته لها من تأثيرات متباعدة وجدانية ومعرفية وسلوكية .

بحيث باتت المادة الإخبارية التلفزيونية من أهم اللوادر التي تحظى بإقبال جماهيري ومشاهدة عالية ولربما مصداقية أيضاً ، كنتيجة طبيعية لعدد من السمات التي تحملها الصورة التلفزيونية كوسيلة إعلامية لها خصوصيتها تساعدنا في ذلك القدرة على نقل الرموز بشكل مباشر بحيث يسهل على المتلقي فهم الحدث واستيعابه من خلال المؤثرات البصرية والصوتية معاً ، فاشتراك الصوت والصورة يسهل عملية الإدراك ويخفف الجهد المبذول لالتقاط المعاني.

كما أبرزت الدراسات الحاجة الملحة من قبل الجمهور في الحصول على الأخبار والمعلومات ، حيث يقوم بالبحث عنها في وسائل اتصالية أخرى تدخل في مقدمتها الشبكات الإخبارية المتخصصة ، وذلك في حالة إحساسه بالغموض وعدم الفهم . الأمر الذي يلقى بظلاله السلبية على القائمين

## البحوث

بالإتصال في مجال الخدمات الإخبارية التلفزيونية العربية في سبيل توصيل المعلومات والأخبار المطلوبة في إطار إستراتيجيته لإدارة الأزمات .

وبالرغم من عدم تناول الدراسات السابقة لموضوع مماثل لموضوع الدراسة تحديداً ، إلا إنها أفادت الباحثة في تطوير الإطار النظري للبحث وكذلك في تحديد المتغيرات التي ينبغي إحصاءها للبحث ، وقدمت أساساً علمياً ونظرياً متكاملًا لرصد أسباب الإشكالية وتحديد طرق وآليات علاجها، وتقدم مقترحات لدور الإعلام العربي في إدارة الأزمات بالتطبيق على الأزمة العراقية .

### الإطار المنهجي للدراسة :

#### نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التطبيقية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص موقف معين. وتسعى إلى الوقوف على رصد وتحليل إدارة القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة - النبل للأخبار - العربية ) للأزمات بالتطبيق على أزمة العراق (حالة احتلال بغداد ) ، وكذلك تسعى إلى قراءة تقييم النخبة العربية لأداء الخطاب الإعلامي العربي المقدم في هذه الفضائيات للأزمة العراقية في هذه المرحلة .

#### منهج الدراسة :

تم الاعتماد على منهج المسح بأسلوب الحصر الشامل لجمع بيانات الدراسة التحليلية باستخدام أسلوب تحليل المحتوى بهدف الوصف للموضوعي والمتنظم والكمي للمحتوى الظاهري لمادة الاتصال ، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث ؛ طبقاً للتصنيفات البحثية التي حددها الباحثة في دراستها.

وكذلك منهج المسح بالعينة باستخدام الاستقصاء بالمقابلة لجمع بيانات الدراسة الميدانية بهدف تحديد اتجاهات الجمهور المستهدف من الدراسة<sup>(٣٧)</sup> .

### إجراءات دراسة تحليل المضمون :

#### مجتمع الدراسة :

يعد المضمون الإخباري، يختلف أشكاله المقدم من خلال القنوات الإخبارية الثلاث : الجزيرة - النبل للأخبار - العربية هو المجتمع الأصلي للدراسة التحليلية المقدمة.

### أسباب اختيار العينة :

تشترك القنوات الثلاث في التخصص نفسه حيث إنها قنوات إخبارية فضائية تعمل على مدى ٢٤ ساعة .

تعد هذه القنوات الثلاث هي الأعلى في نسب المشاهدة للجمهور العربي من بين القنوات الإخبارية العربية الأخرى .

تتبع القنوات الثلاث الحامل الفضائي نفسه - القمر الصناعي المصري نايل سات مما يتيح فرصة متابعة أيسر للمشاهدين.

تمثل القنوات الثلاث أنماطاً مختلفة من الملكية (ما بين خاص وحكومي) والجنسية والأطر الإعلامية التي تنبئ عليها سياساتها الإعلامية مما يتيح فرصة لعقد المقارنات واستخراج الدلالات .

### الإطار الزمني :

تم التعامل مع الفترة الزمنية الممتدة من ١٥ مارس ٢٠٠٣ إلى ١٥ أبريل ٢٠٠٤ (فترة الأزمة) كإطار زمني للدراسة المقدمة بواقع نشرة إخبارية رئيسية يوميا لكل قناة، وقد تم اختيار هذه الفترة الزمنية للأسباب التالية :

- ١- إنها تمثل فترة زمنية تتناول المراحل الثلاث للأزمة : قبل - أثناء - بعد الأزمة : بدءا من دخول قوات التحالف في ٢٠ - مارس ٢٠٠٣ حتى احتلال بغداد ٩ أبريل ٢٠٠٣ مما يتيح الخروج بنتائج تسمح للوصول إلى العلاقات الارتباطية والدلالات التي تسعى الدراسة إلى استنباطها.
- ٢- شملت الفترة الزمنية للدراسة عدداً من الأحداث السياسية والمتغيرات ، وهو الأمر الذي له انعكاسات كبيرة على دلالات وإحداثيات الظاهرة موضع البحث وتأثيراتها على جمهور النخبة العربية موضع الدراسة .

### فروض وتساؤلات الدراسة :

#### فروض الدراسة :

- هناك فروق دالة إحصائية في تغطية مراحل أزمة العراق -حالة السقوط - وأداء القنوات الإخبارية الثلاث .
- هناك علاقة ارتباطية بين الإطار الإعلامي للقنوات الإخبارية العربية وبين تغطيتها لأسباب وملاحع وعلاج أزمة العراق - حالة احتلال بغداد - من حيث :

## البحوث

- هناك علاقة بين بناء الخطاب الإعلامي في هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة في تغطيتها لأزمة العراق .
  - هناك علاقة بين صورة المفاعلين وللوquf السياسية للدول في أسلوب تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق .
  - هناك علاقة ارتباطية بين المستوى التكنولوجي ومعالجة أزمة العراق في الفضائيات العربية .
  - هناك فروق دالة إحصائية بين أنواع تأثيرات الخطاب الإعلامي (وجدان - معرفي - سلوكي) في القنوات الثلاث ومعالجة أزمة العراق .
  - هناك علاقة تأثيرية بين تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وأجندة وسائل الإعلام الدولية .
  - لا توجد علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وأدبيات غطائية الآخر .
- وتسعى الدراسة إلى إثبات فرضياتها من خلال الإجابة عن عدد من التساؤلات الرئيسية على النحو التالي :

### تساؤلات الدراسة التحليلية : ( قبل - أثناء - بعد ) :

#### كيف قبل :

- ١- ما نط الملكية للقنوات الإخبارية الثلاث ؟
- ٢- ما مدى تناول أسباب أزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟
- ٣- ما مدى تناول ملامح أزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟
- ٤- ما مدى تناول علاج أزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟
- ٥- ما مصادر الأخبار التي اعتمد عليها الخطاب الإعلامي العربي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟
- ٦- ما مدى توازن الخبر في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟؟
- ٧- ما الأوصاف المستعمدة في الإدارة الإعلامية لأزمة العراق - حالة احتلال بغداد (معممة الحرب)؟
- ٨- ما الأساليب الإقناعية المستعمدة ، ومسارات المهنة في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟

## البحوث

٩- ما أنواع التأثيرات المطروحة في الخطاب الإعلامي العربي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟

١٠- ما تصنيفات القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟

### ماذا قيل :

١١-ما المساحة الزمنية للصورة التلفزيونية في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات

الثلاث ؟

١٢- ما مدى التوافق بين النص والصورة في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات

الثلاث؟

١٣- ما نوعية الأصوات المستعمدة في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث ؟

١٤- ما درجة الاستعانة بالمعينات الفيلمية في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات

الثلاث؟

١٥- ما الأشكال التحريرية المستعمدة في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاثة؟

١٦- ما اللغة المستعمدة في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال بغداد في القنوات الثلاث؟

### أدوات تحليل المضمون :

تم قياس تحليل المضمون للفضائيات المقدمة من خلال استمارة تحليل مضمون مقسمة وفقاً لفئات:

ماذا قيل وكيف قيل وفق الإطار النظري لإدارة أزمة العراق إعلامياً ومعالجة الفضائيات العربية لها .

### تحديد فئات تحليل المضمون :

قامت الباحثة بإجراء تحليل لعينة Pilot Study بفرض تحديد الفئات الخاصة بالدراسة ، كما

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة التي تعرضت لموضوعات قريبة من الدراسة وقد روعي عند

وضع الفئات: أن تكون الفئات مستقلة فلا تقبل التصنيف تحت فئة أخرى ، وأن تكون شاملة بحيث

يوجد لكل مادة في العينة فئة تصنف تحتها من خلال فئة المضمون (ماذا قيل) وفئة الشكل (كيف قيل) .

### أدوات جمع البيانات وأساليب القياس :

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات دراستها التحليلية على استمارة تحليل المضمون :

وفقاً لفئات المضمون والشكل :فئات التحليل ماذا قيل وكيف قيل؟.

### ماذا قيل :

- ١- فئة الملكية : حكومي - محلي .
- ٢- فئة تناول أسباب الأزمة : كامل - متوسط - محدود .
- ٣- فئة تناول ملامح الأزمة ؟ كامل - متوسط - محدود .
- ٤- فئة تناول علاج الأزمة ؟ كامل - متوسط - محدود .
- ٥- فئة المصادر/حسب الجنسية : مصادر عربية (تحدد) - مصادر غير عربية (تحدد) .
- ٦- فئة توازن الخبر: عرض جانب واحد عرض الجانبين-عرض جوانب متعددة.
- ٧- فئة وصف أحداث الأزمة .
- ٨- فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة ومسارات الرهنة؟ الأسلوب العقلي - الأسلوب العاطفي - الأسلوبان معاً.
- ٩- فئة التأثيرات المطروحة في الخطاب الإعلامي العربي؟ وجداني - معرّي - سلوكي .
- ١٠- فئة الشخصية المهيمنة (الفاعلون) : وتعني الشخصية المهيمنة التي يدور حولها الحدث: رئيس دولة-رئيس وزراء- مسئول- هيئة غربية- هيئة عربية - مواطن.

### كيف قيل :

- ١١- فئة علاقة الصورة بالصوت : متطابقة- تضيف إيجابيا - تضيف سلّبا.
- ١٢- فئة الصوت المصاحب: ملّيع/صوت طبيعي/موسيقى/دون صوت/أغنية/ أخرى.
- ١٣- فئة القالب الفني : غير- غير + تقرير- تحقيق - مراسل - مقابلة - بث مباشر - أخرى .
- ١٤- فئة المميزات الفيلمية:-نص+محرطة -نص+صور ثابتة-نص+أرشيف-نص + صور حية- نص + أنمار صناعية - نص + اتصال هاتفي - دون .
- ١٥- فئة اللغة المستخدمة :- لغة عربية-- لغة إنجليزية-- لغة عربية مصحوبة بترجمة إنجليزية - أخرى .

### إجراءات الصدق واليات : - Reliability & Validity

#### صدق التحليل:

عرضت الاستمارة على عدد من المحكمين من رجال الإعلام وخبراء مناهج البحث، ثم قامت الباحثة بإجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون سواء في فئات الشكل أو المضمون .



### ثبات التحليل :

تم الاستعانة بثلاثة من الباحثين قاموا بتحليل عينة من عينة الدراسة ، ثم قامت الباحثة بإجراء اختبار درجة الاتفاق Inter-Coder Agreement بين الباحثين ، وبلغ معامل الارتباط الخاص بمدى الاتفاق ٩٣ ، من خلال تطبيق معادلة هولستي Holesti لقياس درجة الاتفاق<sup>(٣٨)</sup>.

### إجراءات دراسة الجمهور :

#### مجمع الدراسة :

♦ أجريت الدراسة المقدمة على جمهور النخبة العربية (سياسية وإعلامية ) لمعرفة آرائها واتجاهاتها إزاء الإدارة الإعلامية للقنوات الإخبارية الثلاث لأزمة العراق .

#### عينة الدراسة :

حددت الباحثة حجم العينة (١٥٠ مفردة) باستخدام أسلوب العينة العمدية المتاحة Purposive Sample وقد تم الاختيار وفقا للاعتبارات التالية :

♦ مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية الثلاث موضع الدراسة ليتسنى لهم تقديم آرائه وحجم فعاليته.

♦ المستوى الفكري والثقافي المرتفع بالنسبة للنخبة العربية.

♦ وفي حالة الدراسة المقدمة يتضح أن الضرورة البحثية تقتضي هذا النوع من العينات العمدية المتاحة؛ حيث إنه لا توجد حلول من إجراء الدراسة عند فئات أخرى من الجمهور لا يشاهدون المنتج الإخباري فيها ولا يتأثر لديهم درجة الوعي والثقافة الكافية والتي تسمح لهم بفهم القضية بشكلها المطروح واستنباط الدلالات المختلفة.

### أدوات جمع البيانات وأساليب القياس :

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات دراستها الميدانية على صحيفة استبيان بالمقابلة ، بهدف الحصول على البيانات المطلوبة من خلال عدد من الأسئلة التي تغطي أبعاد الدراسة المختلفة ، حيث تم وضع مقياس خاص بالدراسة يسعى للإجابة عن التساؤلات الرئيسية للبحث لقياس مدى تحقيقه لأهدافه والخطوة للموضوعة له .

### اختيارا الصدق والثبات :

#### صدق التحليل :

- عرضت الاستشارة على لجنة المحكمين من الإعلاميين وخبراء مناهج البحث، لمعرفة ما إذا كانت الاستشارة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه . وقامت الباحثة بعرض الاستشارة على عدد من أساتذة وخبراء الإحصاء ، وكانت نسبة الاتفاق بين هؤلاء المحكمين وفقاً للقياس الذى وضعت الباحثة ٩٨% على مستوى جميع الفقرات ، كما قامت الباحثة بإجراء التعديلات التى اقترحتها المحكمون .
- إحصاء دراسة استطلاعية Pilot-Study : على عينة قدرها ١٠% من المبحوثين للتأكد من فهم الاستشارة وتحقيقها لأهدافها ثم صياغة الاستشارة فى صورتها النهائية لتتألف من النتائج الاعتبار القبلية.

#### ثبات التحليل :

- من خلال إجراء اختبار بعدى Re-Test على ١٠% من عينة الدراسة بعد إجراء الدراسة لاستخلاص نسبة الثبات المسموح بها فى الدراسات العلمية.

### المعالجة الإحصائية

بعد المراجعة لضبط جودة بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وتفرغها وإدخالها إلى الحاسب الآلى ومعالجتها إحصائياً من خلال برنامج "Spss" Statistical Package For Social Sciences<sup>(٩)</sup> وهو البرنامج المعنى بالدراسات والأبحاث ذات الطبيعة الاجتماعية ، وقد تمت المعالجة الإحصائية بالاستعانة بعدد من المقاييس والإجراءات الإحصائية المناسبة لكل هدف للتحقق من صحة فروض الدراسة التى تم تحديدها وهى :

- مقياس اختبار المطابقة كاً<sup>٢</sup> : لقياس العلاقة ما بين المتغيرات ، ومعامل بيرسون كأحد تطبيقاتها مربع كاً<sup>٢</sup> ومعامل ارتباط بيرسون : - Chi Square + Pearson عند درجة ثقة ٩٥% ومستوى معنوية ٠,٠٥%

- اختبار معنوية الفروق بين نسبتي: T-Test.

- ب - اختبار تحليل التباين -Anova-Analysis Of Variance.

مناقشة النتائج :

أولاً : الدراسة التحليلية : ( ١ ) - ثلثات المضمون :

وتعتمد بيانات الجدول التالى نتائج تحليل للمضمون لعينة النشرات الإخبارية في القنوات الثلاث :

جدول (١) : يوضح نتائج تحليل ثلثات المضمون في معالجة القنوات الثلاث لأزمة احتلال العراق .

الفترة/ القناة		الجزيرة		الليل للأخبار		العربية	
جنسية مالك القناة		قطرية		مصرية		سعودية	
الملكية		خاص		حكومي		خاص	
المصدر:							
عربية	٢٢	٧٣,٤	٢١	٧٠	٢٢	٧٣,٤	
غير عربية	٤	١٣,٣	٥	١٦,٦	٤	١٣,٣	
غير محدد	٤	١٣,٣	٤	١٣,٤	٤	١٣,٣	
الإجمالي		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
مراحل الأزمة :		٢٣	٧٦,٦	٢٣	٧٦,٦	٢٢	٧٣,٣
أسباب الأزمة	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	
ملامح الأزمة	٧	٢٣,٣	٦	٢٢,٢	٤	١٣,٣	
علاج الأزمة							
حجم التوازن :		٢	٦,٦	٣	١٠	٣	١٠
جانب واحد	١٨	٦٠	١٥	٥٠	١٧	٥٦,٦	
وجهتا النظر	١٠	٣٣,٤	١٢	٤٠	١٠	٣٣,٤	
متعددة							
الإجمالي		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
الوصف :		٧	٢٣,٣	٨	٢٦,٦	٥	١٦,٧
حرب العراق	٢٣	٧٦,٦	٢٢	٧٣,٤	٥	١٦,٧	
الحروب على العراق	-	صفر	صفر	صفر	٢٠	٦٦,٦	
حرب الخليج الثالثة							
الإجمالي		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

## البحوث

الفئة/ القناة	الجزيرة		النيل للأخبار		العربية	
<b>الأساليب :</b>	١٥	٥٠	١٠	٣٣,٤	١٤	٤٦,٦
• عاطفية	١٠	٣٣,٤	١٣	٤٣,٣	١٢	٤٠
• عقلانية	٥	١٦,٦	٧	٢٣,٣	٤	١٣,٤
• كلتاها						
<b>الإجمالي</b>	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
<b>التأثيرات :</b>	١٣	٤٣,٣	١٢	٤٠	١٣	٤٣,٣
• وجدانية	١٣	٤٣,٣	١٦	٥٣,٣	١٧	٥٦,٧
• معرفية	٤	١٣,٤	٢	٦,٧	-	صفر
• سلوكية						
<b>الإجمالي</b>	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
<b>الفاعلون</b>	٢١	٧٠	٢٢	٧٣,٣	٢٣	٧٦,٦
• رسميون	٩	٣٠	٨	٢٦,٤	٧	٢٣,٤
• غير رسميين						
<b>الإجمالي</b>	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠

عند إعادة قراءة بيانات الجدول السابق الذى يحدد النتائج العامة للدراسة التحليلية من حيث المضمون يتضح أن :

### ١- فئة المصدر :

من واقع ما قدم من إنتاج إخبارى في الخدمات الثلاث - موضع الاعتبار - يتضح تفوق كبير لنسبة الاعتماد على المصادر العربية وبالتحديد المراسل كمصدر حى للحدث في القنوات الثلاث مقارنة بالمصادر غير العربية أو غير المحددة حيث سجلت في أداء كل من قناتى : الجزيرة والعربية ٧٣,٤ % مقابل ١٣,٣ % للمصادر غير العربية ، وتفوقت شبكات : رويترز و BBC-CNN-AP ، كمصادر للأخبار ، وظهرت فئة المصادر غير المحددة بنسبة ١٣,٣ % والتي قصد بها عدم ذكر المصدر وتركزت هذه المفردات في مرحلة ما بعد الأزمة وبشكل واضح في مشاهد : سقوط المدينة وإسقاط تمثال صدام وفوضى المدينة بعد السقوط .

واستقرت النتيجة نفسها في أداء قناة النيل للأخبار بالرغم من وجود فروق إحصائية حيث سجلت نسب ٧٠% للمصادر العربية مقابل ١٦,٦% للمصادر غير العربية و ١٣,٤% للمصادر غير المحددة ، ويمكن تفسير هذه الفروق إلى طبيعة الفروق في المكونات الفنية والمادية لمباكل كل خدمة من الخدمات الثلاث .

وهذه النتائج تؤكد نتيجة مهمة ، وهي : أن الإعلام العربي المرئي صار خلال الحرب مصدراً مهماً للأخبار مما كسبه صيغة ليست فقط إقليمية بل وعالمية ، وكان نسبياً إنجازاً إيجابياً خاصة إذا قارنا هذه الحرب بحرب الخليج الثانية سنة ١٩٩١ حيث كانت «سى. إن. إن» المصدر الوحيد للصورة والمعلومة .

وتختلف هذه النتيجة مع إشكاليات الاختلال الإخباري للمعلومات والتي قدمها Galtung 1981 وآخرون بأن هناك سيطرة لوسائل الإعلام الغربية وهي نتيجة ربما تحتاج إلى النظر في أسباب حدوثها ، ومن ثم تعزيزه من أجل توازن الموقف الإعلامي الدولي<sup>(١١)</sup>.

## ٢- فئة أسباب الأزمة :

ظهر ارتفاع ملحوظ في معالجة الأزمة في مرحلتى ما قبل الأزمة ، وانفجار الأزمة من حيث ذكر الأسباب وملامح الانفجار ، حيث سجلت الجزيرة نسبة ٧٦,٦% في التمكن من ذكر الأسباب مقابل ١٠٠% للحظة الانفجار واتفقت معها في النتيجة نفسها قناة النيل للأخبار وقناة العربية بنسبة ١٠٠% ، بينما أظهرت النتائج وجود ضعف في مستوى إدراك الخدمات الثلاث للمرحلة الأخيرة من الأزمة برصد الحلول والمبررات وسبل الخلاص ، بنسب ٢٣,٣% للجزيرة ٢٢,٣% للنيل للأخبار بينما سجلت العربية نسبة ١٣,٣% .

ويمكن تفسير هذه النتيجة نظراً للتطور السريع لمفردات الأزمة التي لم تكن موروثة بشكل له دليل مادي ملموس ، الأمر الذي جعل القنوات الفضائية تقف حائرة أمام مشكلة ضعف المعلومات في المرحلة الثالثة بعد سقوط المدينة ، واكتفت بتحليلات للتوقف وقرابات للمخبر دون وجود إستراتيجية محددة للخروج من الأزمة<sup>(١٢)</sup>.

### ٣- فئة توازن الخبر :

أثبتت الخدمات الإخبارية الثلاث توازناً في معالجتها لأحداث الأزمة ، وبشكل خاص التركيز على عرض وجهتي النظر كما ظهرت نسب مرتفعة إلى التركيز على وجهات النظر المختلفة دلالة على بلوغ أعلى درجات التوازن في التغطية .

كذلك ، فإن هذه الدراسة قد كشفت عن التزام المحطات العربية بالموضوعية في التناول أو التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة ، وبمساعدها في ذلك وجود هامش أعلى نسبياً من الحرية والقدرات الفنية تسمح لها بإمكانية تعدد واختلاف الآراء إذا ما رغبت أو حرصت على ذلك ؛ مما يجعلها أكثر موضوعية اتفاقاً مع مقياس كيلنر للموضوعية 1992 Kellner<sup>(٢٧)</sup>.

### ٤- فئة وصف الأزمة :

اختلفت معجمية الحرب في الخدمات الثلاث حيث تفاوت استخدام المصطلحات والالفاظ الواصفة للحدث والتي استخدمتها قناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار كوصف : "الحرب على العراق" بينما تزايد استخدام قناة العربية لوصف "حرب الخليج الثالثة" .

وهي بذلك تغلب الإطار الإعلامي ومرجعية الوسيلة في الاستخدام الانتقائي للوصف وفق نموذج كورناك في التحيز الاتصال (Information Manipulation Theory) والذي يقترح بأن الرسالة الاتصالية من خلال استخدامها لمضامين وأوصاف مختلفة يمكن أن تكون مقياساً لإثبات وجهات النظر في أداء الوسيلة ، فعلى سبيل المثال استخدم كورناك لفظ Manipulation للدلالة على المعالجة ، ولم يستخدم Treatment فالأولى في ترجمتها اللفظية تعني المناورة والتلاعب ، أما الثانية فهي تستلحق بالمعالجة بمفهومها البسيط<sup>(٢٨)</sup> وانعكس ذلك في اختلاف معجمية الحرب في القنوات الثلاث - موضع الدراسة - بالتأثر بالإطار السياسي والمرجعي للوسيلة .

### ٥- فئة الأساليب الإقناعية ومساوات البرهنة :

ظهور وجود فروق في استخدام الأساليب الإقناعية وارتفع معدل استخدام الاستمالات العاطفية لقناة الجزيرة تلحقها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار - أما فيما يتعلق بنسبة استخدام الأسلوبين معا (العقلي والعاطفي) ، فقد أظهر ارتفاعاً ملحوظاً وهو منطقي عند بناء الرسائل الاتصالية المختلفة ؛ لأنه دائماً هناك حجة حقيقة ومعلومات يعتمد عليها الخبر ، وهي التي تشكل الجانب العقلي منه ، وهي في

معظم الأحيان السبب الرئيسي للاعتماد على الوسيلة كمصدر للأخبار ، حيث يلجأ إليها الفرد للحصول على المعلومة وفقا لافتراضات نظرية الاعتماد (Dependency Theory-De Fleur-1984)، ولكن تتبنى طريقة عرضها أو معالجتها والتي تشكل التأثير النهائي لدى المتلقي والتي يستخدم فيها القائم بالاتصال ما يتخفى من الأساليب التي تخدم أغراضه وهدف رسالته<sup>(١٤)</sup>.

#### فئة تأثيرات الرسالة :

ارتبطت هذه الفئة بالفئة التي سبقتها وهي : أنه كلما استخدمت الخدمة الأساليب العاطفية ومسارات الرهنة الدينية والثقافية ارتبط ذلك بمحركات تأثيرية وجدانية وعاطفية والتي بلغت أعلى نسبة لها في أداء قناة الجزيرة ثم العربية ثم النيل للأخبار ، وإن اتفقت الخدمات الثلاث في نسب ضئيلة للتأثيرات السلوكية وهو ما يتفق مع دراسي سوزان القليبي ١٩٩٨ - مها الطرايشي ٢٠٠١ - عن تغليب التأثير الوجداني في أوقات الأزمات .

#### فئة القوى الفاعلة :

تمحّدت أدوار القوى الفاعلة الرسمية أعلى التكرارات في الخدمات الثلاث مقابل نسب متواضعة للقوى الفاعلة غير الرسمية مثل محددات المجتمع المدني العراقي والعربي والحركة الشعبية .

وتلك النتيجة تؤكد المدرسة القلبية في الاستماع بالشخصيات الرسمية المحورية كقوى فاعلة ومحورية في التغطية مثل الرؤساء والملوك والقيادات مع إعطاء نسب أقل للشخصيات غير المحورية (Elite People-Galtung 1996)<sup>(١٥)</sup> وتثير هذه النتيجة تحفظات واسعة بضرورة إعادة صياغة قيمة المواطن والحركة الشعبية في أجندة هذه الوسائل الغربية كعامل رئيسي في مواجهة الأزمة ودفع حركات الإصلاح .

#### لانيا فئات الشكل :

أمّا فيما يتعلق بقراءة نتائج الدراسة التحليلية على مستوى الشكل ، فقد جاءت النتائج لتؤكد مدى كفاءة الخدمات الفضائية الثلاث في استثمار التكنولوجيا واللغة البصرية ؛ من أجل إدارة إعلامية أفضل للأزمة العراقية في محورها الخاص بحالة احتلال بغداد ، كما يوضحها الجدول التالي :

البصوت

جدول (٢) : نتائج تحليل لغات الشكل في معالجة القنوات الثلاث لأزمة احتلال العراق .

الفئة / القناة		الجزيرة		النيل للأخبار		العربية	
الصورة / الصوت :		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
• متطابقة		٢٤	٨٠	٢٤	٨٠	٢٣	٧٦,٦
• تضيف إيجاباً		٢٦	٨٦,٦	٢٢	٧٣,٣	٢٢	٧٣,٣
• تضيف سلباً .							
الصوت :		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
• مذيع		٣٠	١٠٠	٢٨	٩٣,٣	٢٩	٩٦,٦
• صوت طبيعي		٢١	٧٢	٢٠	٦٦,٦	٢٠	٦٦,٦
• موسيقى		-	صفر	٢	٦,٦	٢	٦,٦
• بدون صوت							
القالب الفني :		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
■ خبر		٢٦	٨٦,٦	٢٥	٨٣,٣	٢٦	٨٦,٦
■ خبر + تقرير		٢٧	٩٠	٢٤	٨٠	٢٥	٨٣,٣
■ مراسل		٢٣	٧٦,٦	٢٣	٧٦,٦	٢٧	٩٠
■ مقابلة		٢٢	٧٣,٣	٢٢	٧٣,٣	٢٢	٧٣,٣
■ بث مباشر							
المصنات :		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
■ نص + خريطة		٢٠	٦٦,٦	٢٠	٦٦,٦	٢١	٧٠
■ نص + صورة		٢٧	٩٠	٢٧	٩٠	٢٦	٨٦,٦
■ نص + أرقام		٢٢	٧٣,٣	٢١	٧٠	٢١	٧٠
■ نص + هاتفى		-	صفر	-	صفر	-	صفر
■ بدون.							
اللغة		٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠
■ عربية		-	صفر	٥	١٦,٦	-	صفر
■ إنجليزية		١٥	٥٠	٨	٢٦,٦	١٠	٣٠
■ عربية /ترجمة							
■ أخرى .							



عند قراءة بيانات الجدول السابق يتضح مدى تأثير الثقة البصرية في إنتاج إعلامي أفضل للخطاب الإعلامي في أزمة احتلال بغداد ، على النحو التالي :

#### ١- فلة الصوت مع الصورة :

ثم استثمار القوى التقنية في التغطية الإعلامية لأزمة العراق بكفاءة عالية حيث كان هناك توظيف كبير للصورة وارتبطت بالنص المصاحب ، بل وأضافت إليه إيحاءً في غالب الأحوال ، وإن أثارت النتائج التحليلية بعض المواقف البصرية التي عكست درجة من عدم التوازن بين حجم المشاهد ولقطات الدمار مع دلالات الكلمات المصاحبة لها: فالصورة تحمل المعنى وتوضحه من خلال المستوى الوظيفي ، وفيه تعرض الصورة المتحركة للعناصر المختلفة للحدث في تنابيحها وحركتها مع وضع سياق مرئي لهذه العناصر يساعد على توصيل معانٍ ومدلولات خاصة للصورة.

#### ٢- فلة الصوت المصاحب :

كما استثمرت الفضائيات الثلاث تقنية الصوت وعمدت إلى التركيز على تصنيفات صوتية مثل : الصوت الطبيعي أو الموسيقى ، بينما انعدم وجود مفردة لا تتوافر فيها عنصر استعمال الصوت، ومن أبرز أشكال الصوت: الصور الصوتية الواقعية Actualities وهي تسجيلات لأصوات صناع الحدث وشهود العيان وتجذب انتباه المتلقي لما تنقله من انفعالات<sup>(٤٥)</sup> .

#### ٣- فلة القوالب والأشكال التحريرية :

كذلك ظهر تفوق لقالب مراسل القناة : حيث كان هو المحرك الحقيقي لهذه التغطية ، وتفاوت أداء المراسلين حسب قوة المحطة وكفاءة الفنية والمالية وحجم الحرية المسموح به داخل إطارها الإعلامي .

وأصبح مفهوم البث المباشر بهذا المعنى هو إيجاد اتصال مباشر بين موقع الحدث والجمهور ، بغض النظر عما يقدم من معلومات وبيانات مما جعل وجود المراسل عاملاً مقوضاً لدعائم المصداقية ، وأصبح معظمهم يركز على الجوانب العاطفية المثيرة للجمهور مما يرفع درجة التوتر ، والذي غالباً ما يخلق نوعاً من الإقبال والمتابعة<sup>(٤٦)</sup> .

#### ٤- فئة المعينات الفيلمية :

كما استمرت الفضائيات الثلاث المعينات الفيلمية التي وفرتها التطورات التكنولوجية الاستثمار الأمل ، حيث تفوقت المادة الفيلمية والصورة الحية أعلى التكرارات ، وإن ظهرت نسب مرتفعة أيضاً لمعينات البث المباشر واللقطات الأرضية.

واحتلت المادة المصورة أهمية كبيرة بالنسبة للمعالجات الإخبارية حيث تعد عنصراً متميزاً للتلفزيون عن الوسائل الإعلامية الأخرى ، وبذلك فإن نجاح التغطية التلفزيونية لا يتوقف فقط على تكامل النص الخبرى ، بل وعلى مدى نجاح هذه التغطية في توظيف المادة المصورة المصاحبة للنص وعصروا في أحداث الصراع والأزمات (MacLuhan 1980)<sup>(١٧)</sup> .

#### ٥- فئة اللغة المستعملة :

كانت اللغة العربية هي اللغة المسيطرة في أداء هذه الفضائيات مع وجود نسب لاستخدام الترجمة للترجمة بلغتين مختلفتين ، والتي وفرتها الإمكانيات الفنية لقنوات مثل الجزيرة والعربية ، وإن ظهرت نسب مرتفعة في استخدام اللغة الإنجليزية في أداء قناة النيل للأخبار ، خاصة في استضافة شخصيات أجنبية لمعرفة آرائهم في الأزمة موضع الدراسة ، وهي بذلك تتفق مع Oliver Boyed 1997 والتي ركز فيها على أهمية استخدام اللغة المناسبة في التواصل الإعلامي<sup>(١٨)</sup> .

#### ثانياً : مناقشة نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفروض

تناولت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من النخبة العربية السياسية والإعلامية مدى تقييمها لأداء القنوات الفضائية الثلاث موضع الدراسة في تناولها لأزمة العراق - حالة احتلال بغداد ، وجاءت النتائج كالتالي :

أولاً : مدى وجود فروق دالة إحصائية في تغطية مراحل أزمة العراق (الأسباب - الانفجار - العلاج) - حالة السقوط - في أداء القنوات الإخبارية الثلاث :

## البحوث

جدول (٣) : يوضح مدى تناول المراحل الثلاث لأزمة احتلال العراق في القنوات الثلاث من وجهة نظر النخبة العربية .

الجزيرة							
الموضوع		موافق		محايد		معارض	
		ك	%	ك	%	ك	%
أسباب الفتجار علاج	٩٥	٦٣,٣	٣٥	٢٣,٣	٢٠	١٣,٤	١٥٠
	١١٠	٧٣,٣	٣٠	٢٠	١٠	٦,٧	١٥٠
	٨٠	٥٣,٣	٤٠	٢٦,٧	٣٠	٢٠	١٥٠
النيل							
الموضوع		موافق		محايد		معارض	
		ك	%	ك	%	ك	%
أسباب الفتجار علاج	٩٥	٦٣,٣	٣٠	٢٠	٢٥	١٦,٤	١٥٠
	١١٠	٧٣,٣	٢٥	١٦	١٥	١٠	١٥٠
	٨٠	٥٣,٣	٤٥	٣٠	٢٥	١٦,٧	١٥٠
العربية							
الموضوع		موافق		محايد		معارض	
		ك	%	ك	%	ك	%
أسباب الفتجار علاج	٩٠	٦٠	٤٠	٢٦,٦	٢٠	١٣,٤	١٥٠
	١٠٠	٦٦,٧	٣٥	٢٣,٣	١٥	١٠	١٥٠
	٧٠	٤٦,٧	٥٠	٣٣,٣	٣٠	٢٠	١٥٠

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق إحصائية بين المراحل الثلاث للأزمة في كل من الخدمات الثلاث ، حيث بلغ أعلى درجة له في المرحلة الثانية وهي مرحلة انفجار الأزمة والتي بدأت من لحظة إطلاق الحملة العسكرية حتى لحظة سقوط المدينة بعد سلسلة المقاومة ، ثم تلتها مرحلة إيجاد مسببات ومرورات للحملة ، بينما جاءت أقل الفئات وضوحاً في منهجية الأزمة هي فئة العلاج وسبل الحبل للعروج من الأزمة والتي بلغت نسب ٥٣,٣% ثم ٥٣,٣% و ٤٦,٧% في قنوات : الجزيرة- النيل للأخبار- العربية بالترتيب .

## البحوث

وباعتبار معنوية الفروق بين المراحل الثلاث عند درجة ثقة ٩٥% يتضح أن معنوية الفروق يساوي ٦,٢ مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين إدارة الخدمات الثلاث لمراحل الأزمة المختلفة وهي قيمة تقع داخل منطقة القبول (١,٩٦-١,٩٦) مما يؤكد صحة الفرض الأول القائل بوجود فروق دالة إحصائية في تغطية الخدمات الثلاث لمراحل الأزمة المختلفة (الأسباب- ملامح الانفجار- الانحسار وعلاج الأزمة)، وهي بذلك تتفق مع دراسة (محمد شومان ٢٠٠١ وآخرون) حول إشكالية التعرض الإعلامي للمراحل التصاعدية للأزمة بدون التخطيط الدقيق لها أو الاستناد إلى معلومات كاملة<sup>(١٩)</sup>.

ثانياً : مدى وجود علاقة ارتباطية بين الإطار الإعلامي للقنوات الإخبارية العربية وبين تغطيتها لأسباب ولامح وعلاج أزمة العراق -حالة احتلال بغداد :

يختصر الجدول المجمع التالي فروضاً ثلاثة حول تأثيرات الإطار الإعلامي للمعدة وعلى تغطيتها لأسباب ولامح الأزمة ومدى وجود علاقة بين الخطاب الإعلامي في هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة وكذلك تغير بياناته مدى وجود علاقة بين صورة الفاعلين السياسية والمواقف السياسية ؛ حيث أثبت النتائج وجود علاقة قوية في تأثيرات وصياغة أجنحة هذه الوسائل من حيث :

١- مدى وجود علاقة بين بناء الخطاب الإعلامي في هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة في تغطيتها لأزمة العراق .

٢- مدى وجود علاقة بين صورة الفاعلين والمواقف السياسية للدول في أسلوب تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق .

## البحوث

جدول (٤) : يوضح مدى وجود علاقة بين الإطار الإعلامي للخدمة ومعالجتها للأزمة في القنوات الثلاث من وجهة نظر النخبة العربية .

الجزيرة							
الموافق		محايد		معارض		إجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٣٠	٨٦,٧	١٥	١٠	٥	٣,٣	١٥٠	١٠٠
١٢٠	٨٠	١٥	١٠	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
٩٠	٦٠	٣٠	٢٠	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠
التبليـل							
الموافق		محايد		معارض		إجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٢٠	٨٠	١٥	١٠	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠
١٢٠	٨٠	١٠	٦,٦	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
٨٥	٥٦,٦	٣٥	٢٣,٣	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠
الصـبيـة							
الموافق		محايد		معارض		إجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١١٠	٧٣,٤	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
١١٠	٧٣,٤	٢٠	١٣,٤	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠
١٠٠	٦٦,٧	٢٠	١٣,٤	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠

## المحسوث

وباختبار الفرض الإحصائي باستخدام (كا<sup>٢</sup>) ومعامل التوافق لتحرف العلاقة بين تغطية الأزمة ومرجعية الخدمة وإطارها الإعلامي / اتضح أن معامل التوافق يساوي ٠٠,٧٦ مما يدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين الإطار الإعلامي والتغطية الإعلامية .

كذلك عند اختبار العلاقة بين علاقة بممثل الفاعلين بمرجعية الوسيلة ، عند درجة ثقة ٩٥% باختبار كا<sup>٢</sup> يساوي ٠٠,٥٥ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية قوية بين المتغيرين ؛ مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين مرجعية الوسيلة وإطارها الإعلامي وكيفية تمثيل فاعلي الأزمة والتوازن في تمثيلهم داخل التغطيات الإخبارية ما بين قوى فاعلة رسمية وغير رسمية .

وهي نتيجة تتفق مع نتائج دراسات سابقة (إيناس أبر يوسف ٢٠٠١ - محمود عبد الفتاح ١٩٩٧ وآخرون ) والتي تغلب التأثير السياسي على الأجندة والإطار الإعلامي<sup>(٥٠)</sup>.

لذا : مدى وجود فروق دالة إحصائية بين أنواع تأثيرات الخطاب الإعلامي (وجداني - معرلي -

سلوكي) لى القنوات الثلاث ومعالجة أزمة العراق :

جدول (٥) : التأثيرات المختلفة لخطاب الأزمة الإعلامي للخدمات الثلاث من وجهة نظر النخبة العربية .

الجزيرة									
الموضوع		موافق		محايد		معارض		إجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوجدانية	١٠٠	٦٦,٦	٤٠	٢٦,٦	١٠	٦,٦	١٥٠	١٠٠	١٥٠
المعرفية	١٠٠	٦٦,٦	٣٠	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠	١٠٠	١٥٠
السلوكية	٦٠	٤٠	٤٠	٢٦,٦	٥٠	٣٣,٤	١٥٠	١٠٠	١٥٠
النسب									
الموضوع		موافق		محايد		معارض		إجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوجدانية	٨٥	٥٦,٦	٢٠	١٣,٤	٤٥	٣٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠
المعرفية	١٠٠	٦٦,٦	٣٥	٢٣,٣	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠
السلوكية	٥٠	٣٣,٤	٦٥	٤٣,٣	٣٥	٢٣,٣	١٥٠	١٠٠	١٥٠
المرسيية									
الموضوع		موافق		محايد		معارض		إجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الوجدانية	٩٠	٦٠	٤٥	٣٠	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠
المعرفية	١٠٠	٦٦,٦	٣٠	٢٠	١٣,٤	٢٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠
السلوكية	٥٠	٣٣,٤	٤٠	٢٦,٦	٦٠	٤٠	١٥٠	١٠٠	١٥٠

## البحوث

أبرزت نتائج الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين التأثيرات الثلاثة التي تتج من التعرض لمضامين الخطاب الإعلامي أثناء الأزمة ، وإن ارتفعت أعلى معدلها في التأثيرات الوجدانية والعاطفية وتلتها التأثيرات المعرفية وجاءت في أقل التكرارات التأثيرات السلوكية التي قد تتج عن هذه المضامين .

وباعتبار معنوية الفروق بين المستويات الثلاثة للتأثير يتضح أن معنوية الفروق يساوي ٥,٥ مما يدل على وجود فروق معنوية دالة إحصائية ؛ لأن القيمة تقع خارج منطقة القبول (١,٩٦-١,٩٦-) عند مستوى الثقة ٩٥% مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين أنواع تأثيرات الخطاب الإعلامي بمستوياتها : الثلاثة : الوجدانية والمعرفية والسلوكية ، كمبرجات لتأثيرات هذه المضامين على فئات الجمهور العربي . (هويدا مصطفى ١٩٩٤- وآخرون<sup>(١)</sup> . وإن كان أعلى المعدلات قد سجل إلى فئة التأثيرات الوجدانية والمعرفية وانخفضت فئة التأثيرات السلوكية لجمهور المشاهدين من التعرض للرسائل الإعلامية .

وهو ما يؤكد ارتباط الوسيلة الإعلامية العربية بالإطار المرجعي والولائف السياسية للدول ؛ حيث استمرت أدوات الإعلام ومنها الفضائيات العربية كأداة انعكاسية للأوضاع القائمة ، ولم تصل إلى درجة الانفصال أو النضج الذي يمكنها أن تخلق سلوكيات قوية للمشاهد العربي لكي يشارك في اتخاذ القرار .

رابعاً : مدى وجود فروق دالة إحصائية بين عرجات تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وترتيب

### الأجندات الأخرى :

جسول (٦) : تأثير عرجات تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق على ترتيب الأجندات الأخرى من وجهة نظر

النخبة العربية .

الجدول							
الموضوع							
موافق				معارض			
ك		%		ك		%	
ك		%		ك		%	
١٠٠	٦٦,٧	٧٥	١٦,٦	٢٥	١٦,٦	١٠٠	١٥٠
٦٠	٤٠	٥٠	٣٣,٣	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠
٧٥	٥٠	٤٥	٣٠	٣٠	٢٠	١٥٠	١٠٠

أجندة الإعلام الدولي

أجندة صانع القرار

أجندة الرأي العام

## البحوث

النتائج								الموضوع
موافق		محايد		معارض		إجمالي		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٩٠	٦٠	٣٥	٢٣,٣	٢٥	١٦,٤	١٥٠	١٠٠	أجندة الإعلام الدولي
٥٠	٣٣,٣	٦٠	٤٠	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠	أجندة صانع القرار
٦٥	٤٣,٣	٦٠	٤٠	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠	أجندة الرأي العام
العربية								الموضوع
موافق		محايد		معارض		إجمالي		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٩٥	٦٣,٣	٣٥	٢٣,٣	٢٠	١٣,٤	١٥٠	١٠٠	أجندة الإعلام الدولي
٥٠	٣٣,٣	٦٠	٤٠	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠	أجندة صانع القرار
٦٥	٤٣,٣	٦٠	٤٠	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠	أجندة الرأي العام

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائية بين تأثيرات مخرجات الفضائيات الإخبارية الثلاث في وقت الأزمة على ترتيب الأجندات الأخرى حيث ارتفعت أعلى معدلاتاً في التأثير الارتباطي على أجندة وسائل الإعلام الدولية وصارت مصدراً لها تلاها تأثيرها على أجندة الرأي العام العربي، بينما حاجت أقل النسب لتأثيرها على أجندة صانع القرار حيث رآها المبحوثون بالما لم تحقق ضغطاً كافياً يسمح بتغيير أجندة صانع القرار.

وباعتبار معنوية الفروق بين المستويات الثلاثة للتأثير يتضح أن معنوية الفروق يساوي:

• نسبة ٤,٣ مع متغير: أجندة وسائل الإعلام الدولية.

• ٣,٩ في التأثير على أجندة الرأي العام العربي.

• بينما بلغت ٢,١ في التأثير على صانع القرار.

كما يؤكد وجود فروق معنوية دالة إحصائية، لأن القيمة تقع في منطقة القبول (١,٩٦+ - ١,٩٦-) عند مستوى الثقة ٩٥% و ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية مخرجات تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وترتيب الأجندات الأخرى وهو ما يتفق مع عدد من الدراسات منها (عادل صلاح الدين ٢٠٠٤ -عادل عبد الغفار ٢٠٠٤ وحنان يوسف ٢٠٠٤ - وآخرون<sup>(٥٦)</sup>).



خامساً : مدى وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التكنولوجي ومعالجة أزمة العراق في الفضائيات

العربية :

جدول (٧) : يوضح تأثير المستوى التكنولوجي على معالجة أزمة العراق في الفضائيات العربية من وجهة نظر النخبة العربية .

الجزيرة							
الموضوع		موافق		محايد		معارض	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٢٠	٨٠	٢٥	١٦,٧	٥	٣,٣	١٥٠	١٠٠
النيسل							
الموضوع		موافق		محايد		معارض	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٠٠	٦٦,٧	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٣	١٥٠	١٠٠
العربية							
الموضوع		موافق		محايد		معارض	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١١٠	٧٣,٣	٢٥	١٦,٧	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠

اتفقت عينة الباحثين على أن هناك علاقة بين كفاءة تغطية الفضائيات الثلاث ومدى امتلاكها للثقافة البصرية الملائمة ، فكلما أتاحت للخدمة المستوى والآليات التكنولوجية المتطورة والمناسبة مع توافر العنصر البشري المصاحب لها ، ساهم ذلك في كفاءة أعلى في التغطية الإعلامية لهذه القنوات في تناولها لتغيرات الأزمة المختلفة .

وبلغت أعلى النسب لصالح أداء قناة الجزيرة تلتها قناة العربية ثم قناة النيل للأخبار في المرتبة الثالثة ، وهي نتيجة تؤكد أهمية استثمار التكنولوجيا الحديثة في تطوير العمل الإعلامي<sup>(٢٣)</sup> .

وباستخدام معامل التوافق لمعرفة قوة هذه العلاقة الارتباطية يتضح أن ٢١ تساوى ١٧,٧ مع معاميل توافق يعادل ٠,٨٧ ، مما يدل على وجود ارتباط قوى بين امتلاك الوسيلة للكفاءة التقنية مع كفاءتها في إدارة الأزمة إعلامياً ، عند درجة ثقة ٩٥% ؛ مما يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط قوية بين المستوى التكنولوجي ومعالجة أزمة العراق في الفضائيات الثلاث .

سادسا : مدى وجود علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق وأدبيات مخاطبة

### الآخر .

جدول (٨) : مدى مخاطبة الأنا - الآخر في الخطاب الإعلامي لأزمة احتلال العراق من وجهة نظر النخبة العربية .

الجزيرة								
موافق		محايد		معارض		إجمالي		الموضوع
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٥٥	٤٦,٧	٥٥	٤٦,٧	٤٠	٢٦,٦	١٥٠	١٠٠	مخاطبة الآخر
١١٠	٨٦,٤	٢٥	١٦,٦	١٥	١٠	١٥٠	١٠٠	مخاطبة الأنا
النيل								
موافق		محايد		معارض		إجمالي		الموضوع
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٦٥	٤٣,٣	٤٥	٣٠	٤٠	٢٦,٧	١٥٠	١٠٠	مخاطبة الآخر
١٠٠	٦٦,٧	٣٠	٢٠	٢٠	١٣,٣	١٥٠	١٠٠	مخاطبة الأنا
العربية								
موافق		محايد		معارض		إجمالي		الموضوع
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٤٥	٣٠	٦٠	٤٠	٤٥	٣٠	١٥٠	١٠٠	مخاطبة الآخر
١٠٠	٦٦,٨	٢٥	١٦,٦	٢٥	١٦,٦	١٥٠	١٠٠	مخاطبة الأنا

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات العربية ومخاطبة الآخر وخاصة "الآخر" الغربي الذي يستهدف تعديل وتصحيح وتوضيح الصورة والموقف العربي من الأزمة أمامه ، وباستخدام معامل التوافق لمعرفة مدى قوة الارتباط وذلك عند مستوى معنوية ٠,١ . ومستوى ثقة ٩٥% يتضح أن ك<sup>٢</sup> تعادل ٧,٧ بمعامل توافق بلغ ٠,٦٣ مما يثبت صحة الفرض القائل بعدم وجود علاقة ارتباطية بين تغطية الفضائيات الإخبارية الثلاث ومخاطبة الآخر الغربي ، ويمكن تفسير هذه النتيجة برغم التحفظات التي تنبئها إلى تركيز هذه الفضائيات على مخاطبة الأنا والذات العربية بشكل أكبر والسبق أثبتت تفوقا فيه بالتركيز على الرسائل التحذيرية والوجدانية أكثر من المعرفية والسلوكية والعقلانية التي تتناسب مع الجمهور الغربي في حالة توجيه الرسالة له <sup>(٥٤)</sup> حيث بلغت النسبة

## البحوث

أعلى معدلها في قناة الجزيرة ٨٦,٤% وتساوت قناتا النيل للأخبار والعربية بنسبة ٦٦,٧% للكفاية في مخاطبة الأنا والذات العربية .

والأمر الذي يعيد من جديد أهمية إطلاق قنوات فضائية عربية تخاطب الآخر وفقا لمفهوم آليات جديدة تتناسب مع الجمهور المستهدف ؛ سيما لإيصال وجهة النظر العربية إلى الرأي العام الدول في أوقات الأزمات والأحداث المصيرية للأمة .

## النتائج العامة وتوصيات الدراسة :

### الخلاصة :

خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها :

■ إن الفضائيات العربية استطاعت بالتقدير إدارة أزمة العراق (حالة احتلال بغداد ) في بعض مراحلها ، وخاصة في مرحلة ما قبل الأزمة وأثناء لحظة الانفجار ، إلا أنه لم يتحقق لمجاح في المرحلة الأخيرة من الأزمة وهي المرحلة التي تلت لحظة السقوط من خلال تقديم حلول أو مقترحات للمصروج من الأزمة ، حيث كان التركيز على التأثيرات الوجدانية والتحذيرية والتي قد تؤدي في بعض الأحيان إلى إثارة حالات الذعر والإحباط بين جموع للمشاهدين وجعله في حالة استفار دائمة .

■ حيث أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في تغطية مراحل أزمة العراق -حالة السقوط - وأداء القنوات الإخبارية الثلاث .

■ ظهر بوضوح مدى تأثير الإطار الإعلامي الذي هو انعكاس للأجندة السياسية للمحطة في تغطية مراحل وهيكلة الأزمة ، سواء من حيث الارتباط بين بناء الخطاب الإعلامي في هذه القنوات وبين مرجعية الوسيلة في تغطيتها لأزمة العراق . وكذلك العلاقة بين صورة الفاعلين والمواقف السياسية للدول في أسلوب تغطية الفضائيات العربية لأزمة العراق .

■ لعبت التكنولوجيا المتقدمة دورا كبيرا في تحقيق كفاءة أعلى لمعالجة الخدمات الثلاث للأزمة من خلال ما وقّسته التكنولوجيا من خدمات الأقمار الصناعية والربط المباشر والاتصالات الدولية وشبكات المعلومات الدولية .

## البحوث

■ كما أظهرت الدراسة أن هناك تنوعاً في التأثيرات المترتبة على تعرض النخبة لهذه المضامين وجاءت في المقدمة التأثيرات الوجدانية تلتها المعرفية ، وكانت السلوكية في الترتيب الأخير ؛ مما يثير إشكاليات دور الفضائيات العربية في خلق ما يسمى بالمتلقى النشط الذي لديه قدرة على النقد الموضوعي والإيجابي .

■ كما أثبتت الدراسة وجود دور قوى في أداء الفضائيات العربية لأزمة العراق في التأثير على أجندة وسائل الإعلام الدولية والرأى العام العربي بينما لم تحقق تأثيراً على إعادة تشكيل أجندة صانع القرار ، وهنا تأتي أهمية النظر بعين الاعتبار إلى العلاقة الوثيقة التي تربط بين السياسة والإعلام والتي من شأنها إحداث تغيرات جوهرية في سياق المجتمع.

■ كما اتضح من النتائج فشل هذه الفضائيات الثلاث في مخاطبة الآخر وقت الأزمة ، وربما يعزو هذا الأمر إلى تركيزها على الخطاب العربي أكثر من الخطاب الغربي رغم أهميته الحتمية ، الذي كان من الممكن لو تم استثماره وتوجيهه بالشكل الأمثل ينتج تأثيرات ربما تؤثر على الرأى العام الغربي ، ومن ثم التأثير على صانع القرار الغربي .

### نحو إستراتيجية إعلامية لإدارة الأزمات :

تثير الدراسة المقدمة إشكالية مهمة فيما يتعلق باستثمار علم إدارة الأزمات داخل المجتمع العربي على النحو الأكمل حيث تتولد الحاجة الآن أكثر من أى وقت مضى إلى تبني إستراتيجية منهجية علمية لدور الإعلام العربي في إدارة الأزمات ، تعتمد على إدراك دور الإعلام في إدارة الأزمات باعتباره محالاً نوعياً ، يتطلب وعياً بطبيعته المركبة واعتماده على علوم وتخصصات أخرى . و تتجسد ملامح الإستراتيجية في:

أولاً : الجالب الإستراتيجي :

■ ضرورة أن يتسم الخطاب الإعلامي العربي وقت الأزمات بقدر كبير من الاتساق غير المخل بالموضوعية ، وأن يكون رابطة أساسية بين صانع القرار والرأى العام ، وتقديم حد أدنى من مكونات وجهة النظر المتناسكة التي تخدّم المصالح العربية وتفسر للواقف العربية تجاه الأحداث المختلفة ؛ خاصة تلك التي يوضع فيها طرف عربي في موقف الأزمة .

## البحوث

■ ضرورة أن يتضمن الخطاب الإعلامي الدقة والحذر حيال الرأي العام وإمداده بالحقائق التفصيلية ، ومراعاة دقة التصريحات ذات الطبيعة السياسية بحيث تساعد على تشكيل الرأي العام في جانب مواجهة الأزمة وحلها .

■ القدرة على التعامل بموضوعية وعدم انفعال مع أجهزة الرأي العام

■ المساعدة في تنشيط الكيانات المحلية على مجابهة الأزمة .

■ التوازن في أدوار ومهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة ومراعاة عنصر التخطيط الإعلامي لتحقيق أكبر قدر ممكن من التنسيق والتعاون ، تعتمد على الأساليب العلمية في تحديد أسباب ودوافع الأزمة ومرحلة النشوء ثم الانفجار ثم مرحلة الانحسار والعلاج ، وكذلك رصد ومعرفة آراء الجمهور تجاه الرسائل الإعلامية المختلفة المقدمة أثناء الأزمة .

■ تحقيق توازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في وسائل الإعلام للأزمات والكوارث، وكذلك بين الآثار المباشرة وغير المباشرة ، مع التركيز على الفرس النقائ وترتيب أولويات القضايا وبناء المعنى .

ثانيا :الجانب الإجرائي :

■ إعداد فريق من أطقم العمل الإخبارية التليفزيونية، وتدريبهم على أحدث الطرق في متابعة الأزمات وتغطيتها إعلاميا ، وكيفية إعداد التقارير الإخبارية وبثها من مواقع الأحداث مباشرة ، فضلاً عن الاستعداد الأمثل لتكنولوجيا البث المباشر على الهواء.

■ الاهتمام بالمادة المصورة المصاحبة لأحداث الأزمة بحيث تكون واقعية ومعونة عن وقائع الحادث ، مع الاهتمام بتدعيم الصور الفوتوغرافية والمعينات الفيلمية للمصاحبة.

■ الاهتمام بتدريس مقررات للإعلام عن الأزمات في كليات ومعاهد الإعلام ، وأيضاً توفير دورات تدريبية وورش عمل مكثفة للصحفيين والإعلاميين والقائمين بالاتصال في هذا المجال .

■ إنشاء وحدات متخصصة لإدارة الأزمات في المؤسسات الإعلامية المختلفة ، تتفرغ للإدارة الإعلامية في حالة الأزمات والكوارث من توفير فريق العمل الملائم والإمكانات المالية والفنية المطلوبة ، وكذلك البتءاء الفكرى والمنهجي الذى تبين عليه معالجة الأزمة إعلاميا من حيث طريقة صياغة وتحرير الأخبار والقوالب والأشكال الفنية المستخدمة وموهلات ومواصفات القائم بالاتصال .

خاتمة :

وعلى الرغم مما قد تمهله دراسات للشاهد الإعلامي العربي من بعض التحفظات ، إلا أنه من المصحف إنكار مدى ما لهذه الفضائيات من تأثير أساسي في تكوين وتشكيل منظور مغاير للواقع العربي ، وبالتالي في تغيير تفكير العرب وسلوكهم ، في التاريخ العربي الحديث بما في ذلك الأيديولوجيات الثورية في الستينات والسبعينات ، ليس هناك ما يوازى قوة الفضائيات العربية في تغيير طبيعة الوعي الشعبي ، وربما في تغيير الممارسات السياسية لدى القوى الشعبية في العالم العربي .

إلا أنه من الأهمية ، محاولة رسم صورة صادقة وإستراتيجية إستشرافية معارضة للإعلام العربي على القيام بهذا الدور المأمول منه ، في مساعدة للمشاهد العربي على أن يدرك أبعاد التجربة الإعلامية التي فرضها واقع الأحداث العالمية من حولنا كما تعطى فرصة للتفكير المتأن في أبعاد هذه التجربة الإعلامية الجديدة بعيداً عن الشاشات وعن الإدمان الإعلامي الذي فرضه علينا واقع الحرب .

من الإنصاف : القول بأن الفضائيات العربية ليست بديلاً عن الأحزاب الثورية العربية ، وليس من المفروض أن تكون كذلك ، ولا يمكن أن تنهم الفضائيات العربية بالفشل بمجرد أنها لم تستطع القيام بما فشلت عنه الأحزاب الثورية والطليلية ؛ فالقنوات التلفزيونية لا يمكنها أن تلعب دور الجيوش المخابرة أو تلقى بالهزيمة على عاتق للراسلين ، فهي جزء من الشارع العربي تعكس قوته وضعفه وليست في برج عاج بعيدة عنه .

فالمجتمع العربي في حاجة إلى إعلام يخدم الأهداف العليا للأمة : مثل الوحدة والتعايش السلمي والتكافل الاجتماعي والروحي والمساواة . كما أن الإعلام الفضائي العربي مطالب بالاهتمام بالقضايا الإنسانية ، خاصة وأن المجتمعات العربية تقابلها تحديات : حضارية وثقافية وسياسية واقتصادية وغيرها ، فيلزم تقديم البديل من خلال الفضائيات العربية بما لها من قوة وتأثير في أن تتحمل مسؤوليتها الجسمية ودورها الحضاري ؛ من أجل تبني مشروع عربي جديد يقوم على طرح فكر ومنهج يعبر عن واقع المجتمع العربي وحاجاته والاستفادة من وسائل التقنية الإعلامية وتسخيرها لتحقيق أهداف الأمة العربية في أوقات الأزمات والكوارث .

## المراجع

- ١- مسامى ربيع الشريف ، القنوات الفضائية العربية والحفاظ على الهوية ، ندوة الإعلام الدولى و قضاياها العالم الإسلامى ، رابططة الجامعات الإسلامية - القاهرة - نوفمبر ١٩٨٨
- ٢- عزت عبد الواحد ، إدواء الأزمة في السياسة الخارجية المصرية ، دراسة حالة لأزمة الخليج الثانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٤، ص: ١٨
- 3- Michael Griffin, Looking At T . V News, Strategies For Research, University Minnesota, Communication Research. No . 3, Vol . 13 . , 1992, Pp: 121 : 123 .
- ٤- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام - كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث ٢٠٠١ ، ص ص : ١٤٩ - ١٧٢ .
- ٥- راجع :  
رشاد الحملاوى ، الأزمات والكوارث في مصر المحروسة ، تقرير ١٩٩٨ ، جامعة عين شمس ، وحدة بحوث الأزمات ، ١٩٩٩ .
- Communication ,Bumler, The Crisis Of Public Routledge ,1995,Pp:12-23.
- ٦- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام - مرجع سابق .
- ٧- رشاد الحملاوى ، الأزمات والكوارث في مصر المحروسة ، تقرير ١٩٩٨ ، مرجع سابق .
- ٨- هويدا مصطفى ، إعلام الأزمات الدولية لحرب الخليج ، القاهرة - دار التندم للطبع والنشر ٢٠٠٠ ص: ٢١ .
- ٩- السيد عسوية ، إدواء الأزمات والكوارث ، حلول عملية وأصاليب وقائية ، سلسلة دليل صنع القرار ، مركز القاهرة للاستشارات ، القاهرة ١٩٩٧، ص: ٥ .
- ١٠- هشام عطية ، تأثير السياسة الخارجية في معالجة الصحافة للشئون الدولية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص: ٣٤ .
- ١١- تم الاعتماد في هذا الجزء على :  
  - هويدا مصطفى ، إعلام الأزمات الدولية لحرب الخليج ، مرجع سابق .
  - هشام عطية ، تأثير السياسة الخارجية في معالجة الصحافة للشئون الدولية، مرجع سابق .
  - عزت عبد الواحد ، إدواء الأزمة في السياسة الخارجية المصرية، مرجع سابق .
  - عدد من المقالات الصحفية وأوراق عمل لندوات ومؤتمرات ذات صلة بموضوع تطورات أزمة العراق .
- 12- 1 Entman, R. M. (1991). Framing U.S. Coverage Of International News: Contrasts In Narratives Of The Kal And Iran Air Incidents. Journal Of Communication, 41(4), 6-27 .

- 13- Leweke, Robert W. (1997). "Drug Problem And Government Solutions:A Frame Analysis Of Front-Page Newspaper Headlines About The Drug Issue". ١٩٩٤-١٩٩٧ Unpublished The Aejmc National Conference Mass Communication And Society Division
- ١٤- حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية . ١٩٩٨ ص ١٣٣-١٥٦.
- ١٥- راجع :  
- حنان يوسف ، الإعلام والسياسة ، مقارنة ارتباطية ، المنظمة العربية للتعاون الدولي - القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص: ٤٥.
- Gamson, W.A., Croteau, D., Hoynes, W. & Sasson, T. (1991). Media Images And The Social Construction Of Reality. Annual Review Of Sociology. 18, 373-393. Jmm - Vol. 2 - No. Iii / Iv - 2000 177 Www.Mediasjournal.Org . p:123.
- 16- Mark A. Thalhaimer, The Virtual Newsroom, New Technologies, News Room Without Wall, The Home Stretch, New Politics, New Medium, New Voters, Report Of Freedom Forum Media Studies Center, October, 1992,p:45.
- ١٧- فيصل القاسم ، الفضائيات العربية وتغطية الحرب على العراق، الجامعة الأمريكية ، الشارقة ، ٢٠٠٣ - أعمال ندوة .
- ١٨- حنان يوسف ، الفضائيات العربية وقضايا الأمة أوراق حلقة نقاشية ٩-١٠/١٠/٢٠٠٣ ، مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت .
- ١٩- ميم كرم ، الفضائيات العربية وقضايا الأمة ، أوراق حلقة نقاشية ٩-١٠/١٠/٢٠٠٣ ، مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت .
- 20- Nabil DeJani ,Ramez Maslouf, Hanan Yousef (Ed) "Media And The Transformation Of Arab Societies" March 16-19 ,2004 The Fourth Annual Bima Conference , Lebanese American University ,Beirut, Lebanon
- ٢١- حنان يوسف ، القنوات العربية وأزمة العراق ، ورقة عمل لندوة أزمة العراق والإعلام العربي ، جمعية مصر للثقافة والحوار، القاهرة - الأحد ٧ مارس ٢٠٠٤
- ٢٢- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - مرجع سابق / ص: ٥٤.
- 23- D. Fleur & S.B.Rokcach, Theories Of Mass Communication ,New York, Mack Press,1976.
- 24- Davon Dogherty, Crices Communication What Every Executive Needs To Know, NewYork Wolker And Company, 1992.



- ٢٥- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - مرجع سابق .
- ٢٦- هويدا سيد مصطفى ، التناول الإخباري للقضايا العربية في التلفزيون المصري ، دراسة تطبيقية على أزمة الخليج ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٤ .
- ٢٧- نوال الصفي ، دور الصحافة المصرية في معالجة الأزمات والكوارث ، دراسة تطبيقية على أحداث الكشح بمصر ١٩٩٨ ، مجلة كلية الآداب ببلران ، المجلد السادس ، يوليو ١٩٩٩ .
- ٢٨- إيمان أبو يوسف ، الخطاب الصحفي العربي بين الذات والآخر ، دراسة تحليلية تطبيقية على الأزمة العراقية الأمريكية ، فبراير ١٩٩٨ ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، يوليو ٢٠٠٢ ، ص: ٨٩-١٢٣ .
- ٢٩- فريد من التفاصيل :  
حسان يوسف (٢٠٠١) ، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية- محمود يوسف (٢٠٠١) بحوث الصورة الذهنية للمسلمين في الإعلام الغربي .
- Hanan Kamel Kilani, Usage Of The International Channels Via Direct Broadcast Satellite In Egypt (2000)- Michael Lurance,Cruel & Unusual, Negative Image Of Arabs In American Popularculture,(1988)-Hjarvard,Stig, Mediaflows & Montiring with focus onracism & X Enophapis, Electronic Journal Of Communication (1999) - Suleiman Michael, The Arab In The Mind Of America, Almana Book, 1988- Sabbaghsuha, Sex, Lies & Stereo-Types, The image of Arabs & American Popular- Eidman, Mary Beth, Views Of News In The Middle East, Annual Broadcasting,1994 , (Others).
- 30- David . L . Athide , Creating Reality . How T . V News Distorts Events, Sage Publication ,Beverly Hills , London , 1974 .
- 31- Jerry Jacob, Changing Channel, Issues & Realities In T . V News, Mountain View, C . A . Mayfield, 1990. Journal Of Broadcasting & Electronic Media, Vol., 35 , N O . 4 , 1991 , Pp : 533 - 585
- 32- James . M Benstin , Et AL , Geographic Govenrageby Local T . V News , Journalism Quarterly, Vol . 67 ., N O . 4 , 1990 , Pp : 663 : 671
- 33- Robert Wick & Montague Kam , Factors Influencing Decisions By Local T.V News Directors To Develop News & Reporting Strategies During The 1992 Political Campaign , Communication Research , Vol . 22 , No . 2 . 1995 , Pp: 237 :
- ٣٤- حسن حبيب ، تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي ، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٩٩٧، ص: ٢٧٠ .

- 35-Michael Griffin, Looking At T . V News, Strategies For Research, University Minnesota, Communication Research. No . 3, Vol . 13 . , 1992 ,Pp : 121 : 123.
  - 36-Kivikuru. U&L.Lamajeca, Approach To International Communication, Finnish National Communication , Unesco, Helsinki, 1989, Pp:76-89.
  - ٣٧- تم الاعتماد على المراجع التالية في هذا الجزء:
    - عواطف عبد الرحمن وآخرون : تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية ، دار الثقافة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٨٦ .
    - محمد الوقائي ، منهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، الأنجلو ، القاهرة ، ١٩٨٩ .
  - Oliver Boyed Barrett, International Communication And Globalization: Contradictions And Directions, Sage Publications Ltd, London, 1997.
  - Klaus Kerpndore, Content Analysis An Introduction To Its Methodology, London, Sage Publications, 1980.
- انظر:
- حسين عبد العزيز ، وطارق عميرة ، مبادئ الإحصاء واستخداماتها ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٨ .
  - ربيع زكي عامر ، الخزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية ، Spas ، عاضرات غور منشورة ، معهد الإحصاء ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ .
- 40- Galtung, Johan & Rouge Mar, The Structure Of Foreign News, Journal Of Peace Research, No. I, 1985, P:313.
  - 41- Nabil Dejeni ,Ramez Maalouf, Hanan Yousef (Ed) "Media And The Transformation Of Arab Societies" March 16-19 ,2004 The Fourth Annual Bima Conference , Lebanese American University Beirut, Lebanon.
  - 42- Douglas Kellner, The Parisian Gulf Television War, West View Press, Oxford. 192
  - 43- Mac Cornack, S.A., Information Manipulation Theory, Communication Monographs 59(1), 1-16-March, Communication Abstracts,
  - 44- D. Fleur & S.B. Rokeach, Theories Of Mass Communication , New York, Mack Press, 1976.
  - 45- Werner J. Severin & James W.T. Ankered, Communication Theories, Origins. Methods. Uses, Humanistic Studies In Communication Arts, Hastings House, Publishers, New Yourk, 1982.
  - 46- Green Berg , Gratification & T . V Viewing & Other , Correlates , For , Blumer & Katz , Th E Issues Of Mass Comunication . Bverdy Hills , 1985.

47- Nicholas Mirzoeff, *An Introduction To Visual Culture*, Routledge Publishing Company, London & N.Y., 1999.

48- Oliver Boyd Barrette, *International Communication And Globalization: Contradictions And Directions*, Sage Publications Ltd, London, 1997.

٤٩- محمد شومان ، تطور المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - مرجع سابق .

٥٠- إيمان أبو يوسف ، الخطاب الصحفي العربي بين الذات والآخر ، دراسة تحليلية تطبيقية على الأزمة العراقية

الأمريكية ، فبراير ١٩٩٨ ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، يوليو ٢٠٠٢ ،

ص: ٨٩-١٢٣ .

٥١- هويدا مصطفى ، إعلام الأزمات الدولية طرب الخليج ، القاهرة - دار النديم للطبع والنشر ، ٢٠٠٠ ص: ٢١

٥٢- خالد صلاح الدين ، اتجاهات التنمية المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية للمعلومات العربية ، الإعلام

للماصر والمقوية العربية، المؤتمر السنوي المباشر لكلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٤ .

٥٣- حنان يوسف ، تكنولوجيا الاتصال ومجمع المعلوماتية ، للنظمة العربية للتعاون الدولي ، القاهرة ، ٢٠٠٤ ،

ص: ٤٤ .



## المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية

دراسة تحليلية مقارنة

د. أمال سعد المتولي<sup>١</sup>

المبحث الأول :

مدخل :

**مقدمة** أطلقت "صحيفة شيكاغو تريبيون" أول نسعة إلكترونية لها على الإنترنت عام ١٩٩٢<sup>(١)</sup>، بدأ الاستخدام المتزايد من جانب الصحف للإنترنت وإنشاء المواقع الإلكترونية<sup>(٢)</sup>، ثم ظهرت شركات للأخبار عبر الإنترنت ابتداءً من عام ١٩٩٩ دون أن يكون لها وجود مادي، وتلتها قنوات المعلومات عبر التلفزيون؛ لتكون نوعاً من الصحافة المقروءة عبر الإنترنت، وأخيراً بلجات بعض القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية إلى إنشاء مواقع إلكترونية لها.

هذه الظاهرة ارتبطت بما عرف بالصحافة الإلكترونية من جانب بعض المراجع، أو الإعلام الإلكتروني من أخرى، وأداة هذه الوسيلة الجديدة هي الفضاء المتعدد مع استخدام أكثر من وسيط اتصال، أو ما عرف بالوسائل المتعددة، فأصبحت لدينا وسيلة إلكترونية جديدة، وإن كان البعض منها مرتبطاً بالصحافة، والآخر مرتبطاً بالإذاعة (BBC) أو القنوات التلفزيونية (CCN) أو الفضائيات (الجزيرة).

ومع ظهور هذه الوسيلة تكرر الخلط الذي سبق، وصاحب ظهور الوسائل الاتصالية الأخرى - الإذاعة، ثم التلفزيون حيث لم تظهر هذه الوسائل مستقلة، ولم تظهر هذه التعبيرات الدالة بل وجدنا الصحافة المقروءة، والصحافة المسموعة، والصحافة المرئية.

(١) مدرس بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة .

## البحوث

ونحن اليوم نمر هذه المرحلة في الوسيلة الإلكترونية الجديدة حيث نجد الصحافة الإلكترونية، والفنون الإلكترونية كذلك ، ولذلك لأن كلاً منها ظهر مرتبطاً بالأصل المنشئ لهذه الوسيلة الإلكترونية.

ومن هنا جاء التفكير في موضوع هذه الدراسة لمعرفة إمكانات الوسيط الاتصالي الجديد ؛ وخاصة من خلال التطبيقات العربية المتمثلة في المواقع الإلكترونية سواء للفضائيات أو الصحف أو البوابات الإخبارية ومقارنتها بنتائج الدراسة الأجنبية.

والإشكاليات المرتبطة بهذه الدراسة : يمكن تلخيصها وإجمالها في :

- طبيعة توصيف هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة.
  - الإمكانيات الاتصالية والمزايا عن الأشكال التقليدية.
  - طبيعة التمييز بين المواقع الصحفية المنشأ والإذاعية والفضائية.
  - هل تؤدي هذه الوسيلة الاتصالية إلى الثراء المعرفي أو للمعلوماتي والاستقلال الثقافي ، أم تركز تبعية إعلامية وتدفع معلوماتي في اتجاه واحد؟
  - هل تكون بداية لظهور الإمبراطوريات الاتصالية ؟
- هدف هذه الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم نظري لظاهرة الاتصال الإلكتروني ، وطبيعة الرسالة من خلال هذا الوسيط ، ناهيك عن توصيف لدور القوائم بالاتصال وحارس البوابة وفقاً لها ، ومدى إمكانية إتاحة الفرصة للاستقلال والتنوع الثقافي والفكري ، مقابل أحادية التدفق الإعلامي ، أو أن هذه الوسائل من قبيل فكرة الطفرة أو الموضة التي صاحبت دائماً ظهور أى وسيلة اتصالية حديثة قبل التفتين .

خطة الدراسة :

- المبحث الأول : مدخل الدراسة .
- المبحث الثاني : الدراسات السابقة .
- المبحث الثالث : الجوانب الإجرائية للدراسة .
- المبحث الرابع : مدخل نظري - للمواقع الإلكترونية العربية .
- المبحث الخامس : نتائج وتوصيات الدراسة التطبيقية .

## المبحث الثاني :

### الدراسات السابقة :

تنوعت المدخلات النظرية للظاهرة الإلكترونية فيما بين الأدبيات العربية والأجنبية ، والعرض التالي يقدم ، دراسات عربية منشورة ، وأخرى تتقاطع مع موضوع الدراسة ، وأصغراً : الدراسات الأجنبية ثم مناقشة لها .

### أولاً : دراسات عربية :

تعددت الدراسات التي تناولت الصحافة الإلكترونية أو الإعلام الإلكتروني ، أو المقارنة بين الإعلام الإلكتروني والأشكال التقليدية ، وهي :

( أ ) تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية ، الواقع وآفاق المستقبل<sup>(١)</sup> ، انطلقت هذه الدراسة من التسليم بأن تاريخ وسائل الاتصال لم يشهد اختفاء وسيلة بظهور تكنولوجيا جديدة ، بل إن ما يحتفى هو طرق وأدوات إنتاج ، وما انتهى إليه الأمر هو التمايز بين الوسائل المختلفة ، ومن هنا ، فقد كان هدف الدراسة التعرف على إمكانات الكتابة الإلكترونية وأدوات الصحف في مجال الصحافة الإلكترونية ، وأثبت أن الصحافة المصرية والعربية الموجودة على الإنترنت هي إعادة تقديم المضمون الموجود في الصحيفة المطبوعة دون التفكير في التعامل مع النص بما يتيح استغلال الوسيلة الإلكترونية مثل الربط بوصلات التحول ، أو الإمكانات الإعلامية أو إضافة الصوت والمشاهد الحية ، وتقارب مدة التحديث .

( ب ) الإعلام الإلكتروني العربي<sup>(٢)</sup> ، دارت هذه حول مدى استفادة الإعلام العربي من الإمكانات التقنية التي تتيحها شبكة الإنترنت ، وانتهت إلى إثبات اهتمام المواقع العربية بالمضمون على حساب الوسائل التقنية ، والأخيرة مؤجلة ، لذا تعان هذه المواقع من بطء التحميل ، كثرة الانقطاعات ، صعوبة الإيجار وعدم الاستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة .

( جـ ) مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت ، دراسة تحليلية وصفية<sup>(٣)</sup> . سعت هذه الدراسة إلى تطبيق النموذج المهجن (المختلط) كمدخل لدراسة الصحافة على الإنترنت . وطبقاً لهذا النموذج ، فإن الصحافة على الإنترنت تجمع بين تكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة في النص الفائق Hypertext وتطبيقات الوسائط المتعددة Multimedia . وساعد هذا النموذج على تقديم تصور لكيفية تحسين وظائف الصحافة عن طريق استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وخلصت

## المبحث

إلى أن المضمون هو الفصيل في تحديد هوية وتوجه الصحيفة . ومن ثم ، فإن الصحافة الدولية هي التي تخاطب القارئ الدول وتهم بالقضايا الدولية ، وإها أفادت (أى الصحافة الدولية على الإنترنت) من تكنولوجيا الوسائط المتعددة بحسب ما يخدم أهدافها، فهناك الأرشيف، والروابط، أما تقنية الصورة الكبيرة فلها تودى إلى بطء التحميل لذا لا تعتمد عليها الصحافة الدولية .

( د ) **الصحيفة الإلكترونية والورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية<sup>(٤)</sup>**. اعتبرت هذه الدراسة الإنترنت وما تتيه من مواد مختلفة تمثل تحدياً للصحافة ، من المتوقع أن يقود العالم نحو ثورة هائلة ، ومن ثم، حاولت الإجابة عن سؤال: إلى أى مدى تشكل مزايا الإنترنت تحدياً لمستقبل الصحافة الورقية التقليدية ؟ بالإضافة إلى مناقشة الوضع الراهن للصحافة الإلكترونية المصرية ، وانتهت إلى إثبات تفوق الصحيفة الإلكترونية بعدة سمات لا يمكن للصحيفة الورقية أن تباريها فيها ، وأن كلاً من الصحيفة الإلكترونية والورقية لها مزاياها ، وتتفوق الأخيرة في بعض الجوانب التحريرية مثل التغطية التفسيرية والاستقصائية . أما عن الوضع الراهن للصحف الإلكترونية ، فلها لم تستند من السمات العديدة للشبكة العنكبوتية .

(هـ) **التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت ، دراسة تحليلية<sup>(٥)</sup>**. تناولت هذه الدراسة للمواقع الإخبارية من زاوية واحدة وهي دراسة إحدى خصائص الشبكة العنكبوتية وهي التي تشجع التلقي على الاختيار والانتقاء والتفاعل مع محتوى الموقع الإخباري ، وقارنت بين المواقع الإخبارية لصحف وإذاعات على الإنترنت. أثبتت الدراسة أن التفاعلية بين القارئ والنص الحسرى في أدق مستوياتها أو غائبة بسبب لجوء هذه المواقع إلى إعادة نشر النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية .

( و ) **مدخل إلى "الصحافة الإلكترونية" وهي ورقة بحثية قدمت في المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين فبراير ٢٠٠٤م<sup>(٦)</sup>**. تناولت أنواع الصحف الإلكترونية الموجودة في مصر وهي صحف من أصل ورقي ، وأخرى على الإنترنت ، واعتبرت أن قنوات المعلومات التلفزيونية أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية - وإن كانت غير مرتبطة عضوياً بالإنترنت - فهي تقدم صحافة مقروءة عبر الشاشة ، وأنها أوسع انتشاراً من الصحف الإلكترونية ، بحكم أنها تبث عبر وسيلة توصيل أوسع انتشاراً وأكثر إتاحة وهي التلفزيون ، وانتقلت إلى الخصائص التي تتميز بها



الصحف الإلكترونية. أما التحديات أمام هذا الوسيط الإلكتروني الجديد فهي تعدد الأعباء حيث لا ينتهي دور المحرر بستقدم المادة الصحفية ، كما أنها تحتاج إلى مهارات للقائم بالاتصال. والسلبات لها هي : أنها توفر بيئة خصبة لانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والمفككة ، أما أهم التطورات المستقبلية فهي ازدهار صحافة المواة Belog وظهور صحافة المصدر المفتوح بالإضافة إلى اتجاه الصحف إلى التكيف مع حاجات المتلقي أو ما أطلق عليه بالشخصنة .

( ز ) والورقة الثانية في المؤتمر نفسه هي "واقع الصحافة الإلكترونية" والتحديات أمامها<sup>(٧)</sup> . وتميزت بتحديد دقيق للصحافة الإلكترونية من حيث تحديد أنواع المواقع الإلكترونية من زاوية للضمون، والجمهور ، والتمويل ، وانتهت إلى التأكيد بأن هناك غموضاً وعدم تحديد في المفهوم ، بالإضافة إلى غياب المقررات التدرجية أو إدماج لمقررات علمية خاصة بها. وأخيراً عدم الاعتراف بالعاملين لها سواء في الانضمام لنقابة مهنية ، أو تخصيص جوائز للعاملين .

ثانياً : دراسات عربية تقاطع مع موضوع الدراسة<sup>(٨)</sup> :

وهي تدور في أغلبها حول الإنترنت ، سواء باستخدام مداخل منهجية مثل الاستخدامات والإشباع ، أم بحالات استخدام الإنترنت في جوانب مهنية ، وهي لا تدخل مباشرة في إطار موضوع الدراسة ، كما أن هذه الدراسات في مجملها ميدانية على جمهور مستخدم شبكة الإنترنت (سواء : طلاب أم أساتذة اتصال جامعي ، أم شباب ، أم العلاقات العامة ، أم مهنيين) .

ثالثاً : الدراسات الأجنبية :

على عكس الدراسات العربية ، فإن الكتابات والدراسات الأجنبية تميزت بالتعدد والغزارة ، بالإضافة إلى تنوع المداخل التي تناولت من خلالها الإعلام الإلكتروني ، وعزز من ذلك كثرة الدوريات التي تخصصت في دراسات Media on line ، Multimedia ، مثل the Information Society الصادرة عن جامعة إنديانا ١٩٨١<sup>(٩)</sup> وبدأت بالدراسات حول Telecommunication ، وتحولت إلى الوسائط المتعددة ، وابتداء من عام ١٩٩٥ بدأت الدراسات حول الإعلام الرقمي Digimedia ، وهناك مجلة Journal of Computer Mediated Communication ، وبالإضافة إلى المجلة الإلكترونية حول الموضوع ذاته وهي<sup>(١٠)</sup> Project Muse Scholarly Journal on Line وهناك Electronic Journal of Communication .

## أ - الدراسات حول Telecommunication<sup>(١٢)</sup>

أشارت هذه الدراسات قضية تعقد تكنولوجيا الاتصالات فيما يختص بالبنية الأساسية ، ودارت حول أن هذا سوف يؤدي إلى مركزية وسائل الإعلام وإنتاج الرسائل الاتصالية بما يؤثر على بنية الاتصال ، والمُتلقى (Robin Williams *et al*) ، وأن هذه التطورات خطوة في طريق القضية الاتصالية (Sussman - Flolfi) ومن ثم ، فإن هذه التطورات ستؤدي إلى سيادة ما يسمى بنموذج الشبكة للاتصالات<sup>(١٣)</sup>.

### ب - دراسات تناولت التحليل من الإعلام الإلكتروني<sup>(١٤)</sup>

على الرغم من أن اتصالات الفضاء لم تكن بالانتشار الذي نجده الآن ، إلا أننا نجد أن "توفلر" Toffler وزملاءه أشاروا مبكراً (١٩٩٩م) إلى خطره ، وأنه يمثل مرحلة نحو سيادة النموذج الاتصالي الأمريكي ، ومن هنا كان حرص الأنظمة السياسية لبسط سيطرتها على هذا النظام الاتصالي وتبنيه ، وأنه يمثل العنق وتتشكيل اللامح لعصر جديد ، ويقود نحو العاصمة العالمية الجديدة في عصر ما بعد الحداثة. وهو ما أطلق عليه "جون كارلوس" عهد الإمبريالية .

### ج - اتجاه يرى أن الإعلام الإلكتروني مصدر للفوضى<sup>(١٥)</sup> :

ويمثله "Brown" و"شيلر" ومن ثم فإن هذه المواقع تسعى لزيادة الاشتراكات من خلال password في حين أن هذه الوسائل لابد أن تكون متاحة وبجانية لتحقيق حرية الإعلام.

### د - دراسات ترى أن الإعلام الإلكتروني يهدد من الأشكال التقليدية<sup>(١٦)</sup> :

ومن هذا يرى Ferguson - Perse أن الشبكة العنكبوتية تمثل بدايةً عملياً للتلفزيون ؛ إذ إنها تحتوي على الخدمة التي يقدمها بالإضافة إلى ما تمتاز به من إضافات وإمكانات تفوق عليه. أما "هايدي أندرسون" فترى أن تعامل المُتلقى مع الصحافة الإلكترونية تعامل هادف ومقصود ، بالإضافة إلى أنه يتميز بارتفاع مصداقيته لدى المُتلقى.

### هـ - دراسات تناول شكل المصدر<sup>(١٧)</sup> :

وترى هذه الدراسات أن الوسيلة الجديدة تعتمد على الرسالة ، والسرعة والتركيز ، وأن هذا سوف يأتي على حساب تجهيل المصدر ؛ ومن ثم تناولت بعض هذه الدراسات أثر هذا التجهيل على

(\*) Encouraging the evolution of new network model of Telecommunication.

التلقى الذى يصدق الرسالة . ومن هنا فإن "براد كالفيد" تناول هذا الاتجاه ، بينما بدأ "Fomer" إلى وضع توصيات من خلال مؤتمر (AAAS)<sup>(\*)</sup> يعتمد على التعليم ورفع الوعي ، بالإضافة إلى الإجراءات القانونية لمواجهة ظاهرة التجهيل للمصدر .

و - انهاء طفلة داليا بونيو<sup>(١٧)</sup> :

ويرى أن النمط الاتصال الجديد الإلكتروني سوف يغير بنية للتلقى ، وكلما تشكل ثقافة الإنسان ، فالإنترنت ما هى إلا لغة تؤثر على تشكيل وصياغة الرسالة ، والوسائل ، والأجيال القادمة .

ز - التحليل الاتصالي للإعلام الإلكتروني<sup>(١٨)</sup> :

رأت الدراسات التى تناولت تحليل الأشكال الاتصالية على www أما سوف تودى إلى أشكال اتصالية جديدة ، فنحن نتحول إلى مجتمع النص الفائق بحسب "توماس اريكسون" ، أما "تال" (وآخرون) فيرون أن قنوات الاتصالات التقليدية كانت Monologic ، Dialogic الآن تحولت إلى Telelogic وهو ما يمكن ترجمته بالحوار التكنولوجى - حيث إن أدواته هى المتفاعل مع الآلة.

أما أشكال الاتصال بحسب "فارمر" (وآخرون) فهى الاتصال من مجموعة إلى مجموعة Many to many communicating ، وقد ساهمت الوسيلة الجديدة لتحويل نظام المعلومات إلى مرحلة Data high way أى المعلومات فائقة السرعة<sup>(١٩)</sup> ، أما "Breen" فرى أن الشكل الاتصالي المترتب على هذه الوسائل الجديدة فهو الموزلة والتشتت ، وكنيجة لذلك فإن المجتمع الجماهيرى عرابة.

وشكل الاتصال أو التفاعل بحسب "Walter" هو Hyperpersonal Interactive أى التفاعل الشخصى المتعدد الروابط ، وهناك فى هذا الاتجاه نفسه Ogan "أوجان" ، و Mirtl "ميرل" ، ويختلف هؤلاء من ناحية تصنيفهم للأشكال الاتصالية وفقاً للأشكال التقليدية ، ومن هنا فإن الوسائط المتعددة والإعلام الإلكتروني تتضمن كافة أشكال الاتصال مثل الاتصال من فرد لفرد ، أو من فرد لمجموعة ، ومن مجموعة لمجموعة . ويلاحظ أن من تصدى بالتحليل الاتصالي عمل على تحت ألفاظ من الواقع الإلكتروني لوصف الأشكال الجديدة ، مثل hyper لوصف الاتصال الشخصى ، فهناك من يقترح مدخلاً نظرياً فضائياً لدراسة الإعلام الإلكتروني Cyber theory.

(\*) American Association for Advancement of Science.

(\*) هناك من ترجمها بالطريق السريع للمعلومات ، ونحن نختلف مع هذه الترجمة - انظر للمراجع.

ويضيف Sandbothe وصفاً لهذا النوع بأنها شبكات المعلومات التفاعلية Interactive data ، ويتميز آخر Meditative ، أى الوسائل الاتصالية التفاعلية ، والإضافة التي يقدمها في وصف هذه الوسائل الجديدة أنها سوف تجعل الفرد يعيش الواقع الذي يراه ، وبالتالي يتحول من الواقع التفعيل Virtual Reality إلى العالم الحقيقي Real Live ، كما أن هذه الوسائل الإلكترونية من خلال نظام تحكمى<sup>(\*)</sup> للإشارات تفرض واقعاً جديداً مقارنة بعالم العدد الذي كنا نعرفه ، ومن هنا ، فإن لغة وسائل الاتصال أصبحت أكثر واقعية وليصبح ما يعرف Pragmatic media .

#### ح - الصحافة الإلكترونية<sup>(19)</sup> :

وقد تناولت هذه الدراسات مواقع الصحف على الإنترنت بالدراسة ، فقد قدم "Xigen" تحليلاً لبعض العناصر الجرافيكية المميزة للصحافة الإلكترونية ، وعصمت إحدى المجلات المتخصصة عدد<sup>(20)</sup> منها لمناقشة جوانب الصحافة الإلكترونية ، المواد ، المواقع الخاصة بالنشر لها ، ففى دراسة Endres Caplan إجابة حول تساؤلات من هو منتج الصحافة الإلكترونية ، للموضوعات التغطية ، نسبة الإعلان ، والمواد المعصصة للجنس... إلخ ، ومقارنة للنسعة الورقية بالنسعة الإلكترونية.

أما دراسة "Waisbord" فهي توصيف للصحافة في أمريكا الجنوبية من حيث دوافع الإنشاء والمضمون الإلكتروني ، وأسئلة أخرى طرحها "Ann M.Brill" حول القائمين على هذه الصحافة ، هل هم صحفيون ، أم إذاعيون أم إذاعيون صحافيون ، أم هم مبرمجو كمبيوتر . ما خلفياتهم ، وما مهاراتهم ؟

#### ط - محاولات فلسفية للتفسير :

وفي هذا المحور ، نجد أن الدراسات التي قدمها "ديفيد أرنت" - و "جانا أندرسون"<sup>(21)</sup> ترى أن الصحف الإلكترونية سوف تلور في الأطر القديمة نفسها ، وأن هذا يرجع إلى قلة التدريب ، وعدم وجود أخلاقيات لما يسمى بالوسيط الجديد ، أما "Fidler" فيرى أن المواقع الإخبارية سوف تزداد ، وأما أكثر من مجرد تقليد للمحتوى القديم للإعلام المطبوع ، ونقاش الأدوار الاجتماعية للصحافة وهل يمكن أن تؤديها الوسائل الإلكترونية، وخاصة وظيفة الحراسة العامة Public watchdog function ،

(\*) <http://www.Und/html/http://www.L44....etc>

## البحوث

وأيضاً مسألة الحفاظ على الخصوصية للمتلقى ؛ فالتلقى عندما يطالع وسائل الإعلام التقليدية لا ينظر أحد من خلف كفه ليرى ماذا يقرأ ، فالوسائل الجديدة سوف تؤثر على عادات hobbies المتلقى.

أما "José de Faria"<sup>(٢٣)</sup> فقد ناقش التحول التكنولوجي في وسائل الاتصال ، أنه سوف يكون في الشكل دون المضمون ، وأن الوسائل الجديدة سوف تؤثر بالضرورة على الإنسان وعاداته واستخدام حواسبه انطلاقاً من تفسيرات "ماكلوهان" ، و"ليني" ؛ فالتحول الرقمي سوف يؤسس نظام رموز اتصالية جديدة ، تؤثر بالضرورة على وسائط الاتصال Communication mediums وهذا يرجع بسبوره إلى تكنيكات وتكنولوجيا Techniques and technologies الفضاء المادي والواقعي physical and virtual . وفي هذا المحور فإن "ديفيد بارتليت"<sup>(٢٤)</sup> يرى أن هناك علاقة ما بين وجود الكمبيوتر كوسيط اتصالي إلى جانب ما نعرفه من وسائط الاتصال التقليدية ، ويرى أن الأشكال الإذاعية الفضائية Broadcast satellites كسرت الاحتكار التقليدي لأنظمة الاتصال الكابلي ، وجاء الكمبيوتر في مواجهة البنية الأساسية الباهظة التكاليف لتكنولوجيا الاتصال ، لتعمل على شبكات رخيصة الثمن مع زيادة سعة التخزين على التكنولوجيا السابقة ، وتعمل على سرعة التحول على مجتمعات المعلومات فائقة السرعة data highway.

### مناقشة الدراسات السابقة :

تتميز الدراسات العربية بالآما : تناقش الاتصال الإلكتروني على استحياء على الرغم من تعدد الجوانب للظاهرة الاتصالية الإلكترونية الكونية ، وتتركز غالبية الدراسات العربية على استخدام فرض نظرية الاستخدامات والإشباع ، وعلى الرغم من تعدد الدراسات فهي تكاد تكون موضوعاً واحداً مع اختلاف العينة، تارة استخدامات الطلاب .. تارة أساتذة الاتصال الجماهيري .. أخرى الشبكات.. ثالثة المهنيين ، وهكذا ... كما أنها تتعامل مع الإنترنت دون مناقشة استخدامات المواقع الإعلامية والإخبارية محدداً ، وتجاهلت بقية الجوانب وهي : طبيعة هذه المواقع ، المضمون ، مهارات العاملين بها ، إلى آخر هذه الجوانب.

أما الدراسات القليلة حول الصحافة الإلكترونية ، فعملت على توصيف المواقع الموجودة بالفعل ورصد ساليبها ، ويلاحظ أنها تتعامل مع كل هذه المواقع على اعتبار أنها صحافة وليست وسيطاً اتصالياً جديداً .

ونستفرد عن بقية هذه الدراسات الأوراق البحثية التي قلمها اثنان من الممارسين في نقابة الصحفيين ، في آما تميزت بالشمول والإحاطة . أما الدراسات الأجنبية ، فقد بدأت مناقشة ظاهرة

## البحوث

الاتصال الكون والوسائط المتعددة مبكراً ، ولعل أولى الدراسات تلك التي حذرت من مستقبل الممارسة الاتصالية الإلكترونية وإن كانت جميعها انتهت إلى الاتفاق بأنه بقدر السهولة واليسر في إقامة المواقع الإلكترونية ، إلا أنها سوف تخضع للضبط والسيطرة استجابة لدوافع مختلفة ، فقد يكون الدافع الربح ، وقد يكون الاحتكار المعلوماتي ، أو السيطرة السياسية ؛ أي لن يظل الفضاء الإلكتروني مباحاً ومتاحاً وفقاً لهذه الرؤى الغربية.

### الاختلاف بين المواقع الإلكترونية الأجنبية والعربية :

يتضح من الدراسات العربية والأجنبية أنه على الرغم من سبق الأخيرة في التأصيل للظاهرة الإلكترونية ، إلا أن هناك نوعاً من السيطرة على كافة المراحل الاتصالية ، وكذا الاستفادة من الإمكانيات الإلكترونية من وسائط متعددة وتكنولوجيات اتصالية ، كما أن المواقع الصحفية الإلكترونية بدأت في الانتشار منذ عام ١٩٩٥ وتضاعفت في العام التالي ، وبرز عنصر رئيسي للاختلاف بين الإعلام الإلكتروني العربي والأجنبي .

بالإضافة إلى القصور في استخدام التكنولوجيا الحديثة ، والقصور في استخدام الوسائط المتعددة ، إلا أن المواقع الأجنبية تتميز بالسيطرة على العملية الاتصالية إلى درجة أن "ديفيد بارتليت" David Bartlett يرى أن الإعلام الإلكتروني لن يعرف حارس البوابة ، وكتيجة لذلك وتلبية للسرعة فإن المعلومات تنشر خاطئة ، ويصبح تكرار الخطأ حقيقة .

وهناك اختلاف رئيسي وأساسي بين الدراسات العربية والأجنبية ، فبالإضافة للإحاطة والشمول هناك التخصص ، وهناك أكثر من دورية بحثية عن الاتصال الإلكتروني ، أو الاتصال عبر وسيط كمبيوتر ، وكذا مواقع بحثية إلكترونية حول الإعلام والاتصال الإلكتروني ، كما يتضح كذلك أن هناك نظرية إلكترونية ونموذج الشبكات للاتصال الإلكتروني . والنقطة الأخيرة في رأي الباحثة هي الجوهريّة حيث إنها القاطرة التي تجر القطار ، بمعنى : لو لم يكن هناك تأصيل علمي وبحث سابق فلن يكون هناك تطور في المجال الاتصالي ، هذا على العكس من الدراسات العربية التي تبدأ بعد الممارسة بزمان ، وتقتصر على التوصيف فعدم الجراءة في التأصيل للنهجي ، وإثباتاً لهذا الرأي تأتي تحذيرات "توفلر" والآخرين ، محوراً من محاور هذه الدراسة.

### المبحث الثالث :

#### الجوانب الإجرائية للدراسة :

انطلاقاً من هدف الدراسة ، وعلى ضوء الدراسات السابقة يتضح أن الهدف الذي تسعى إليه الدراسة لم تتطرق إليه أى من الدراسات السابقة . وهو : إلى أى مدى يعكس تعدد المواقع الإلكترونية على توفر مصادر جديدة للأخبار ، ومن هنا الفروض التي تطرحها الدراسة :

- توفر المواقع الإلكترونية مصادر بديلة للأخبار لا تلور في تلك منظومة الوكالات الدولية للأخبار .
- تتأثر المواقع الإلكترونية بطبيعة الوسيلة (صحفية / تلفزيونية) التي تمر عنها من حيث استخدام الوسائط المتعددة .
- إن التعدد في المواقع الإلكترونية يؤدي إلى ثراء معرفي وثقافي وأخباري .

#### والصاؤلات التي تطرحها الدراسة :

- ١- ما طبيعة مصادر الأخبار التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية ؟
- ٢- ما الأشكال الفنية (التحريرية) الغالبة في تقديم الرسائل الإخبارية عبر المواقع الإلكترونية.
- ٣- هل يختلف استخدام المواقع الصحفية / المنشأ للوسائط المتعددة عن المواقع الإذاعية / التلفزيونية المنشأ ، وبالمثل الإخبارية الإلكترونية مقارنة بما يقدم ؟
- ٤- ما أشكال التفاعل المتاحة للمتلقى في المواقع الإلكترونية (الصحفية / التلفزيونية / الإخبارية) المختلفة.
- ٥- كيف تغير الوسيلة الجديدة أسلوب وشكل التلقى كوسيلة جديدة ؟

#### النظرية البحثية :

تحاول الدراسة الاعتماد على توصيف "مارشال ماكلوهان" (\*) في تحليله للوسائط الاتصالية وتأثيرها على الرسائل .. حيث أكد تأثير الوسيط الذي تقدم من خلاله الرسالة على شكل الاتصال ، واستخدام المتلقى لحواصه . ومن هنا فإن الاتصال الفضائي الرقمي يعد شكلاً جديداً يؤثر بدوره على طريقة الرسالة ، ويقدم لنا وسيلة جديدة تختلف عن الوسائل التقليدية ، وكذلك تعتمد الدراسة على "Cyber theory".

وكذلك تعتمد على "Cyber theory" حيث يرى "Linkoln Dahlberg" أن دراسات الإنترنت ترتبط بمرحلة ما بعد الحداثة ، ومن ثم فإن المقترحات المنهجية المناسبة للظاهرة الإلكترونية لابد أن تنظر إلى تطور الإنترنت داخل السياق الاجتماعي الثقافي للمجتمع (\*\*).

## نوع الدراسة ومنهجها :

تستعمل هذه الدراسة للدراسات الوصفية من حيث توفر كافة البيانات والتفاصيل حول الظاهرة المدروسة ، باستخدام نموذج تحليل الشبكة Network model كمقترح منهجي مناسب لتحليل المواقع الإلكترونية للاعتماد على المزاوجة بين النص - الصوت - الصورة باعتبارها وسائط لنقل الرسالة للمتلقى ، ورسم صورة الشكل النهائي للمواقع.

## الأدوات :

تستخدم الدراسة تحليل الخطاب المتعدد Multi modal discourse كأداة تحليل لمناقشة الرسائل المقدمة على المواقع الفضائية الرقمية من خلال الإنترنت ، ويعرف "Kress" و "Leeuwen"<sup>(٢٧)</sup> هذا الأسلوب بأنه استخدام مؤثرات رمزية مختلفة لتوصيل رسالة بشكل معين ، حيث إن كلاً منها يقول الشيء نفسه ولكن بطريقة مختلفة ، وإن كلاً منها يعمل على تقوية الآخر<sup>(٢٨)</sup>.

والجوانب التي يستخدم فيها هذا التحليل ، هي :

- ١- نوع الأشكال التحريرية (عنوان - غير تلفازي - غير غير مكتمل - قصة عبرية - تقرير... إلخ).
- ٢- الصور (ثابتة - متحركة) نوعها (شخصية - قضية).
- ٣- مصادر الأخبار - الصور.
- ٤- الإمكانيات الإلكترونية مثل :
  - تفاصيل متعلقة.
  - كلمات نشطة.
  - مواقع مرتبطة.
  - أرشيف.
  - توسيع دائرة النشر (إرسال لصديق).
  - كتابة تعليق.
  - تحديث.
  - إرسال بريد شخصي.

---

(\*) - Reinforce each other (say the same thing in different ways).



## البحرث

ثانياً : تعتمد على الملاحظة المقصودة وفقاً للتساؤلات البحثية :

وتستخدم تحليل الخطاب المتعدد Multimodal Discourse كأداة تحليل كيفية مناقشة الرسائل المقدمة على المواقع القضائية الرقمية من خلال الإنترنت.  
مجمع الدراسة<sup>(٩)</sup> :

تفضع دراسة المواقع الإلكترونية الآتية للتحليل :

صحفية المنشأ : الشرق الأوسط ، الأهرام ، المستقبل .

قنوات إذاعية تليفزيونية : الجزيرة ، المستقبل ، اقرأ .

إخبارية : محيط العرب ، القناة ، إيلاف .

وحدات التحليل :

تعتمد الدراسة على الصفحة الرئيسية Home page للموقع بصفة أساسية ، بكل ما يتيح من إمكانات مثل التفاصيل للأخبار الخمسة الرئيسية الأولى ، الموضوعات المرتبطة بالسؤال الأساسية ، أما أيقونات الاختيار بكل ما تقدمه من أخبار وموضوعات فإن هذا سوف يلقى عبثاً على الدراسة ، ويتشعب بها من حيث إن هذه الوسائل ليست متعددة المضمون .

الإطار الزمني :

حيث إن الدراسة لا تركز على قضية محددة بقدر ما تركز على الملامح الأساسية للصفحة الرئيسية (مثلاً : دور الأخبار ، مصادرها ، تخصصها ، الإمكانات المتاحة من حيث الوسائط المتعددة وكلها التفاعل... إلخ) ،

فقد تم التركيز على الفترة من ١ - ١٠ فبراير ، وبالمثل الفترة من ١ - ١٠ إبريل لمعرفة الثوابت الأساسية للصفحات على المواقع الإلكترونية. أما عدد الأخبار التي يتم التركيز عليها هي الخمسة الأولى من حدود الدراسة بكل صفحة أي  $300 = 7 \times 50$  عييراً ، بعد استبعاد : اقرأ والمستقبل .

(٩) تم اعتبار هذه المواقع طبقاً لمقياس أليكسا Alexa حول أشهر المواقع الإعلامية العربية ، وقد لوحظ أن الجزيرة جاءت في المقدمة ، والأهرام ، والشرق الأوسط ، والحياة في إطار المشر مواقع الأولى بالنسبة لوسائل الإعلام مثل أرسيا ، وجنود نيوز فور مي هان الأول جاء في الترتيب ٥١ ، والأخير في ٧٩ ، ومصرى 0777555 express وتسبح فإنها ليست إخبارية بصفة أساسية .

### حدود الدراسة :

١- وضح من خلال الدراسات العربية التي قدمت ألها وصفية ، واعتمدت على تقدم أكبر كم معلوماتي حول الوسيلة الاتصالية الجديدة ، وأن الدراسات التي تمت حول الإنترنت قامت على استمارة استبيان في الدراسات الميدانية ، ومن هنا فإن عدم وجود أسلوب تحليل كمّي متفق عليه يشكل عائقاً أمام الدراسة ؛ خاصة وأن الوسيلة الجديدة لها مقاييس خاصة بها (الشاشة / بوصة ، التحميل ك/بايت ، السرعة / ثانية ... إلخ).

٢- لا تركز الدراسة على قضية محددة ، لأن هذا سوف يكون اختياراً تحكيمياً ، وخاصة أن بعضاً من هذه المواقع - وخاصة الإخبارية - تضع أيقونات اختيار بحسب البلد في البداية ، ومن ثم فإنها لا تعرض أولويات إخبارية.

٣- تقف الدراسة عند تقديم صورة لطبيعة المواقع من خلال العينة ، خاصة وأن جميع الصحف ، وكذا الإذاعات والتلفزيونات العربية لها مواقع ، فهو من قبيل المذكور ، وليس لها دور .

### العريفات المستخدمة بهذه الدراسة :

تقوم هذه الدراسة على المواقع الإعلامية الإلكترونية ، وقد أفادت هذه بدورها من التقدم في التقنيات الرقمية Digital tec ، وإذا كان جهاز الكمبيوتر هو الوسيط الرئيسي الذي يتعامل معه المتلقي للإطلاع إما في الصحف ، أو سماع الإذاعة ، أو استقبال التلفزيون ، أى كافة الوسائط الاتصالية الجماهيرية التقليدية عبر هذه الشاشة ، خاصة وألها من خلال بعض الإضافات Modem يمكن استقبال البث الحي لهذه الوسائل (الإذاعية / التلفزيونية) فإن هذه التقنيات الرقمية أدت إلى ما يسميه "دان شيلر" حركة تلاق بين وسائل الاتصال ، فقد كانت وسائل الاتصال التقليدية تتعامل مع أداة واحدة اتصالية الصوت والراديو النص للصحافة وقنوات للمعلومات ، الصورة في الصحافة والتلفزيون .

لقد عمل الكمبيوتر على تحقيق تلاق في أشكال الاتصال المقدمة من خلاله ، ومن ثم قد يكون المرمز واحداً لكل وسائل هذا الاتصال ، ولكن المنتج النهائي يتوزع في شكل خدمات مختلفة ، ويوفر الإنترنت الدمج بين هذه الوسائل فيما نراه من مواقع إلكترونية .

وتصبح هذه المواقع الإعلامية إحدى الخدمات التي تتبعها شبكة الإنترنت www وهي مختصر world wide web ، وتستخدم هذه الشبكة لبروتوكول عرض النصوص وهو :

http : hyper text transfer protocol وتقدم هذه الرسائل من خلال النص الفائق<sup>(\*)</sup> hypertext، ومن خلال الوصلات الفائقة hypermedia تتعرض لنصوص هي مزيج من الصوت والصورة<sup>(\*\*)</sup> والإعلام الإلكتروني وفقاً لذلك هو :

ثمة نوع من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ والأهداف ، ويختلف عنه من حيث الوسيلة التي تسمح بالدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدية بقصد إيصال المضمون المطلوب<sup>(\*\*\*)</sup>.

### المبحث الرابع :

(المواقع الإلكترونية العربية)

#### • مدخل نظري :

لم تسم وسيلة اتصال وتنتشر مثلما كانت الوسيلة الفضائية الرقمية الجديدة الإنترنت. وقد كان إنتاج أول كمبيوتر شخصي في عام ١٩٨١م إلينا بأن عصر مجتمع بلا ورق قادم لا محالة (Pidler) وما يوضح سرعة التقدم والتطور إذ ما إن بدأت شبكة الإنترنت وبدأت الصحف في العقد الأخير من القرن الماضي في إنشاء مواقع إلكترونية لها ، فقد كان عدد الصحف الإلكترونية في سبتمبر ١٩٩٧م يصل إلى ٧٤٥ موقعاً ، وفي مارس ١٩٩٨م يصل إلى ١٢٩٠ موقعاً ، ولكنه في سبتمبر أي بعد عام وصل إلى ٢,٠٥٩ موقعاً . وقبل عام ٢٠٠٠ كانت هذه المواقع أربعة آلاف (2002-El) أما عدد المواقع العربية في العام نفسه فقد وصل إلى ٢٤٨ موقعاً .

وقد يكون هذا الرقم ضعيفاً بالنسبة لسابقه ، إلا أننا يجب أن نأخذ في الحسبان مدى انتشار أجهزة الكمبيوتر على المستوى الجماهيري - ومستوى الأمية - والمستوى الاقتصادي ، فإنها في ضوء هذه المتغيرات تكون نسبة كبيرة.

وأما بالنسبة لإنشاء مواقع إلكترونية عربية ، فإن أول مؤسسة صحفية مصرية تنشئ موقعاً لها ، هي : دار التحرير للطبع والنشر في ١٦ فبراير ١٩٩٧م ، تلتها صحيفة الشعب أول أكتوبر ١٩٩٧م ، أما الأهرام فقد بدأت "الأهرام ويكلي" في يونيو ١٩٩٨م ، والأهرام الصباحية ٨/٥ ١٩٩٨م .

---

(\*) - ترجمة د. محمود علم الدين - النص للتمدد الروابط (ل) الصحافة في عصر المعلومات للأساسيات والتسجلات (القاهرة : المؤلف ، ٢٠٠٠).

## البحوث

ويلاحظ أن عام ١٩٩٧م كان بداية إصدار الصحف المصرية والعربية لمواقعها : فالرابة أنشأت موقعاً لها في الأول من يناير ١٩٩٧م ، والجزيرة في ١٦ إبريل ١٩٩٧م ، والقبس السعودية في ١٢ يوليو ١٩٩٧م<sup>(٣٠)</sup> أما الإذاعة فإن البث الإذاعي يمكن استقباله مباشرة على الإنترنت مثل لبنان ، أما إذاعة مصر فيمكن استقبالها عبر موقع صحافة ، وهناك إذاعة غير حكومية وهي موقع راديو جامعة بيرزيت<sup>(٣١)</sup>.

أما التليفزيون فتتقسم المواقع .. فهناك مواقع عرساء ، أى لا تقدم أى بث وإن كانت تقدم مواعيد البرامج وأهمها ، ويلاحظ أن جميع التليفزيونات العربية لها موقع من هذا القبيل وتنفرد الجزيرة من حيث إتاحة البث الحى ، أو الحصول على النص مكتوباً كآرشيف<sup>(٣٢)</sup>.

وبصفة عامة يمكن تصنيف المواقع الإلكترونية على الإنترنت بحسب مضمونها أو تمويلها أو الجمهور ، أو التكوين ... إلخ ؛ أى تتعدد الجوانب التى يمكن من خلالها الحكم على هذه المواقع ، إلا أن المهدف الرئيسى للدراسة هو المضمون . لذا ، فإن أنواع المواقع بحسب المضمون : مواقع إخبارية ومواقع مساندة ، مواقع تجارية تسويقية ومواقع إعلانية<sup>(٣٣)</sup>.

وبحسب المواقع الإخبارية نجد مواقع البوابات الإخبارية التى تركز على تقديم الخدمات الإخبارية مثل : البوابة ، باب ، محيط ، إيلاف.

والمواقع المساندة أى تلك التى تصدر عن صحف ورقية (لأنه توجد صحف تظهر على الت دون أصل ورقى مثل الشعب) أو إذاعة أو فضائيات.

وأهم السمات التى تتيحها المواقع الإلكترونية هى تعدد الوسائط ، التفاعل والمشاركة ، التمكين (الإتاحة) الخدمات المضافة ، الشخصية ، الحدود المفتوحة<sup>(٣٤)</sup> ، وإن كانت الدراسات الأجنبية توضح أن للمواقع الإلكترونية تحظى بإقبال مما حدا ببعض المواقع إلى تقديم الخدمات لمستخدميها بمقابل مادي ، وكذلك تعدد المواقع وإن كان البعض منها يجهول المصدر ، وأن هناك صعوبة فى ملاحقة الأحداث مما أدى إلى عدم مراجعة المعلومات التى يتم بثها ، بالإضافة إلى القرصنة من مواقع على أخرى ، بالإضافة إلى الميل تحت وطأة السرعة إلى تجهيل المعلومات وعدم الاهتمام بالمصدر .. فكل هذه العوامل ، كانت وراء هذه الدراسة.

فإذا كان للغرب خصوصية ، فإن مصدر التكنولوجيا يؤثر من خلال المعطيات التكنولوجية فى التأثير على الرسالة ، وإزاء التعدد الذى نراه فى المواقع العربية (على ضآلته) فإن هناك ضرورة لتقييم التجربة الإلكترونية الرقمية العربية ، ومعرفة آفاق المستقبل.

## المبحث الخامس :

### نتائج الدراسة :

أولاً وصف الصفحات الرئيسية المقدمة عبر الإنترنت.

أولاً : المواقع الصحفية<sup>(٢٥)</sup> :

١- الشرق الأوسط : تحتوى الصفحة الأساسية للشرق الأوسط على عرض شريط أخبار متجدد (animation) يسر بعرض الشاشة يتضمن الأخبار المتحددة وغير الموجودة بالنص المنشور .. يحدد النص بصفة يومية وتعرض صورة للصفحة الأولى أعلى يمين الشاشة وتحت هذا الجزء مقتطفات من عناوين المقالات + صور شخصية للكتاب.

أما الأخبار فهي في الجزء الثاني يسار الصفحة ، وفي هذا الشريط دائماً (١٠) أخبار لا تتقيد إلا بالخير الرئيسي للصفحة الأولى وبقية الأخبار مختارات من الصحيفة.

الابتقونات المتاحة توفر نصاً للمشارك ، رسالة شخصية من خلال E-mail ، بالإضافة إلى الأرشيف ، واستطلاع الرأي .

أما الدخول على الخير فهو مزود بإتاحة الرد ، أو إتاحة إرسال الخير لمشارك آخر .

٢- الأهرام : تقدم الأهرام ثلاثة أخبار أساسية بأسلوب الشريط الطولى بعرض الشاشة ، ثم عناوين رئيسية من مختلف التخصصات والإحالة للتفاصيل وإن كان للدخول للموقع من خلال رقم محدد .

٣- المستقبل : تعرض المستقبل خيراً رئيساً مزوداً بصورة وثلاثة أخبار صغيرة تالية ، بالإضافة إلى شريط الصفحات المتخصصة . والنصف الثاني مقسم لمربعين وبه عناوين غير مكتملة للأخبار ، ولا تتقيد بالسياسة إذ هي من كافة التخصصات .

المواقع الفضائية<sup>(٢٦)</sup> :

يلاحظ أن أقرأ والمستقبل (مثل بقية القنوات التلفزيونية مثل نائل سات، زين، أرت .. وهكذا) عبارة عن نشر لمواقع البرامج دون تحميل أو نشرة يومية ، مواعيد فقط .

أقرأ : تتميز أقرأ بأنها تقدم مقتطفاً من البرنامج المقدم ورد الضيف ثم إحالة بالموعد دون إمكانية التحميل .

الجزيرة : تقدم صورة رئيسية أعلى الصفحة ، وخمسة ملصقات لأخبار أساسية ، ثم تقسم الصفحة جغرافياً : وطن عربي ، آسيا ، أفريقيا ، الأمريكان ، أوروبا ، إسرائيل ثم تخصصات كالإقتصاد ، والعلوم ، والطب ، وتحت كل عنوان من هذه الأقسام عناوين ، لا تزيد عن (٢) عنوان وأيقونة الاختيار.

#### المواقع الإخبارية<sup>(٣٧)</sup> :

( أ ) محيط العرب: وتنقسم الشاشة قسمين بالإضافة إلى شريط طولى صور متحركة (Animation) ، والصفحة بها شريط إخبارى عرضى (متحرك). والقسم الأعلى غير رئيسى وعناوين الأخبار والنصف الثانى مختارات إخبارية ومتخصصة وعناوين ثابتة وأيقونات الاختيار.

#### (ب) القناة : Elqanat

والقناة شريط الأخبار أسفل الصفحة متحرك ، وتنتشر (١٣) خبراً مزدوجاً بصورة وعناوين أخبار عربية ثم دولية ، ومتخصصة. يلاحظ أن القناة تتيح أسماء الدول (hot words) أعلى الصفحة ؛ مما يتيح للمتلقى أن يختار الدولة التى يريد ، وهى توفر الأخبار التى لهما حسب الدولة.

#### (ج) إيلاف : Elaph

تعتمد الخريطة الأساسية للصفحة على شريط عرض (متحرك) وأسلوب الإطار بين وأعلى الصفحة ، أما النهر الرئيسى فيعرض الأخبار بأسلوب شريط طولى. وتعرض الأخبار منسوبة إلى مراسل فى كل دولة.

فى إجابة التساؤلات البحثية ومدى تحقق الفروض ، من خلال هذه الدراسة نعرض الإجابة حول التساؤلات البحثية ، وفى الختام عرض لمدى تحقق الفروض المطروحة.

#### إجابة السؤال الأول :

مصادر الأخبار فى المواقع الإلكترونية :

- ١- تلتزم الأهرام والمستقبل بالنص الأصلى تحديداً باعتبارها مواقع لصحف ، وتعد ترجمة لها.
- ٢- تُضيف الشرق الأوسط شريط الأخبار (المتحرك) على الشاشة كنوع من التحديث للأخبار المنشورة ، وإن كانت تعتمد فى هذا الشريط الإخبارى على وكالة الأنباء الفرنسية، أما الصور فيلاحظ أنها تزود الأخبار المنشورة على الإنترنت بصور غير موجودة فى الأصل الورقى ، المصدر واضح فى الصور هو وكالة (أ . ب).

٣- تعتمد الجزيرة على وكالات الأنباء و أ ف ، ورويت في الصور ، كما أن كل موضوع مزود على الأنس بثلاث صور. أما مصادر الموضوعات الإخبارية ، فيكون اعتماداً على وكالة واحدة ، أو الوكالات + مندوب الجزيرة ، وفي حالة النص على المصدر الخاص بالوكالة .. فإن المعلومات الواردة كما جاءت في النص الأصلي بحسب المصدر الأجنبي .

٤- لا تشير القناة إلى مصادرها الإخبارية صراحة وبالمثل المخطط ، وإن كانت تنقل عن الجزيرة أحياناً.

٥- أما إيلاف فلها مراسلون أو تشير لأخبارها بحسب المراسلين ، ولها إعادة إنتاج لما هو منشور في الصحف المحلية والدولية ، ولها أيقونة واضحة حول ذلك (جريدة الجرائد) ولها ملخص لما نشر في وسائل الإعلام المطبوعة الأساسية .

٦- جميع المواقع السابقة لا تزود الصفحة الأساسية بالية خاصة حول جهة الإصدار ، أو التمويل ، وهي عادة تكون أيقونة (من نحن) وهي معلومات مهمة ترتبط بتحديد المصدر ومعرفة التوجه إليها .

٧- لوحظ في المواقع الإلكترونية للقنوات التلفزيونية التي تمثّلها في العينة "المستقبل" ، "اقرأ" ، أن الغرض من النافذة الإلكترونية هو عرض لبرامجها ودفع المتلقي لتابعة برامجها والتوقيت المحدد<sup>(\*)</sup>.

التسجيرة الأولى : يتضح مما تقدم أن تعدد المواقع الإلكترونية لم ينعكس في استقلالية إخبارية ، وإن كانت إمكانات الإنترنت التي تتعامل مع الفضاء الإلكتروني المنفتح ، مدة أربع وعشرين ساعة ، فرضت على هذه المواقع أن تملأ هذا الفراغ استجابة للذوابع المنافسة على جذب المتلقي مما دفع ببعض القنوات التي لا تستطيع المنافسة إلى الالتزام بما جاء في وكالات الأنباء العالمية الغريبة - دون تصريف - وإعادة إنتاج ما جاء في هذه الوسائل بما يعنى استمرار التلقّي الإخباري في اتجاه واحد ، ودون أن تكون وسيلة لعرض وجهة النظر الأخرى ، كما تميزت التغطية الإخبارية بالطلون إلى حد ما .

(\*) تقريباً كل البراذخ الإلكترونية للقنوات ما هي إلا وسائل للاشتراك في البرامج ، من خلال البريد الإلكتروني وربط المتلقي بالقناة مثل mbc ، نايل سات ، زين ، آرت ، أوربت ، وهكذا ...

البرادعى يدعو إيران إلى تسريع التعاون مع الوكالة الدولية للطاقة الذرية وتقديم إجابات عاجلة عن الأسئلة المتعلقة ببرامجها النووية.

القناة : أعلن مدير ... إن إيران تمهدت بتقديم المزيد حول أنشطتها خلال شهر .....

محيط العرب : البرادعى يوجه انتقادات إلى إذاعة إيران.

وبالمثل ، الحبر الخاص بالمجازر الأمريكية في العراق واعتطاف رهائن يابانيين ، وفوز مهندسة عراقية بجائزة نوبل ، وهنا يلاحظ أن بعضاً من هذه الأخبار أقرب (للشائعة) مثال (كونداليزا رايس لن تزور سوريا) فدورة الأخبار رغم تعدد القنوات الإخبارية محدودة .

وهذا يؤكد التوقعات التي وردت في الدراسات الأجنبية ، وبالتحديد "ديفيد بارتليت" فيما يختص بتساؤل دور حارس البوابة ، وبالمثل "فورنر" ، "براد كالفيد". الذين حذروا من خطورة مثل هذه التغطية الإخبارية ، والنتيجة المباشرة لها في حالة تعرض المتلقي لمثل هذه القنوات الإلكترونية والجهات التي تقف وراءها.

السؤال الثاني : الأشكال الفنية (التحريرية) للمواقع الإلكترونية :

١- الشكل الغالب على الصفحات الرئيسية هو العناوين ، وبالتحديد عناوين ناقصة ، كما أن القيم التحريرية تتراجع أمام السياسة التحريرية لكل موقع .

٢- تستعمل المواقع الإخبارية (جميعها) بالإضافة للجزيرة والشرق الأوسط شريط الأخبار المتحرك ، ومن ثم يغلب عليها استخدام الخبر التلغراف القصير الذي يجيب عن التساؤلات الخمسة وأحياناً ما يركز على إجابة سؤال أو سؤالين .

٣- كتنسيخ للإحالة (التفاصيل) فإن القصة التحريرية للمعرضة Round up Story تهم بتقدم كافة التفاصيل دون الاعتماد على مصدر واحد. وعلى الرغم من تعدد المصادر الأصلية بما يوحى بالمصداقية ، فإن الحدث الأصلي يتوه أمام تعدد الآراء أو الحقائق المضافة ، مع ملاحظة أن هناك مصادر ليست مرتبطة بصورة مباشرة بالحدث .

مثال على ذلك : عدد ضحايا مذبح الفلوجة ٤٧ قبل يومين من ذكرى سقوط العراق الأولى.



## البحوث

٤- تزود الجزيرة القصص الإخبارية بكلمات نشطة (hot word) من خلال أسماء الأفراد، البلاد، المؤسسات والهيئات، المدن - التواريخ، ومن ثم اختيار الاسم الدال، وهو مذيّل بخط، ويتوارى النص الأصلي أمام المعلومات الجديدة، وهكذا وبالمثل مزود بخراط، وتواريخ، ويلاحظ أنها أحياناً ليست معلومات أرشيفية بل جاءت في برامج سابقة، ومن ثم تنفرد الأخبار عبر الجزيرة عن القناة المذاعة في المزاودة بخدمات زائدة، سواء في الموضوعات المتعلقة أو الأرشيف، أو الكلمات النشطة.

النتيجة الثانية: إن المواقع الإخبارية من حيث طبيعة وسيلة العرض تعتمد على الإنجاز وتجزئة الحقيبة، وترك الإنجاز والتحول navigation داخل الشبكة على الملقى وفقاً لحاجته.

### السؤال الثالث:

مدى اختلاف المواقع الصحفية المنشأ، والتلفزيونية والإخبارية في استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، نص، فائق).

١- تأتي الجزيرة في المرتبة الأولى - وفقاً لجدول (١) - من حيث إمكانية تحميل البرامج، بالإضافة إلى استخدام الكلمات المرنّة (النشطة) والصور المتحركة والأخبار المتحركة.

٢- وفي المرتبة الثانية تأتي المواقع الإخبارية لاستخدام العناصر النشطة، والأخبار المتحركة، والصور المتحركة.

٣- أما الصحف الإلكترونية فإنها تلتزم بالنص الثابت لصحيفتها، وتختلف عنها الشق الأوسط بإضافة شريط الأخبار المتحرك.

النتيجة الثالثة: يؤثر ارتباط المواقع الإخبارية بتقنيات إذاعية أو تلفزيونية (أو فضائية) في إمكانية تحميل البرنامج أو سماعته<sup>(٩)</sup>.

(٩) بمراجعة موقع إذاعي bbcarabic.com وموقع قناة تلفزيونية CNNarabic.com، وكل منها يتيح تحميل برامجه.

## السؤال الرابع :

أشكال التفاعل المتاحة للمتلقى في المواقع الإلكترونية جدول (٢) .

تعتمد المواقع الإلكترونية على الإمكانيات التي يتيحها الوسيط الإلكتروني ، مما حدا بالبعض إلى أن يطلق عليها الوسائل التفاعلية meditative بحسب "Sandbothe" ، وعناصر التفاعل التي تتيحها للمواقع الإلكترونية ، كما سبق وأشارت "Heidi Anderson" إلى الاختيار الهادف والمقصود بالنص الفائق ، والكلمات النشطة ، والموضوعات المتعلقة . ويمكن تقسيم أشكال التفاعل إلى أشكال خاصة بالمتلقى وهي الاختيار ، وأخرى يتحول فيها المتلقى إلى مرسل مثل إتاحة الفرصة بالتعليق أو السؤال ، والبريد الإلكتروني من الشبكة للمتلقى ، وهذا يعنى شخصيته العملية الاتصالية مع المتلقى .

وكذلك الجانب الثالث في التفاعلية ، ألا وهو توسيع دائرة المشاركة الاتصالية بإرسال النص لمتلقى ثالث ، وهناك جانب مرتبط بالتفاعلية ويتمثل في الاستطلاعات التي تنظمها المواقع الإلكترونية من خلال عرض موضوعات ومعرفة الرأى حولها ، وهي هنا تربط مجتمع المتلقين معاً حول قضية ما .

- وهنا يلاحظ أن الجزيرة والشرق الأوسط تخصصان رسائل إلكترونية للمتلقين على عناوينهم الشخصية .

- أن الشرق الأوسط تتيح قراءة الموضوع أو إرساله بالبريد لأعر .

- أما توافر كافة أشكال التفاعل فتتيحها مواقع الجزيرة والشرق الأوسط .

- أما القنوات الإخبارية فلها تعتمد على الاختيار المقصود من خلال القوائم المسدلة ، وإرسال رأى للموقع أو إتاحة فرصة للدخول في حوارات مع مرتادى الموقع chat حول قضايا إخبارية .

- أما الأهرام والمستقبل Future T.V. والرقأ ، فلها تلتزم بالتعبير عن الموقع الأصلي لها ، وإتاحة الاتصال في حدود المضمون ، والتعليق عليه .

- تشترك كل من الجزيرة والشرق الأوسط في إجراء الاستطلاعات حول للموضوعات الإخبارية التي تستجد على الساحة .

كيف تؤثر الوسيلة الجديدة على شكل التلقى :

من خلال ما يقدم من العرض السابق ، والنتائج السابقة فإن المتلقي (المتعامل مع هذه القنوات الإلكترونية) لا يمكن أن يظل سلبيًا ، فهو في حالة حركة منذ التعرض للشاشة الإلكترونية، وإذا كان "ماكلوهمان" صنف الوسائل الاتصالية ما بين الوسائل الساخنة hotness والباردة coldness<sup>(\*)</sup> وكانت الصحافة والإذاعة من الأولى ، والتلفزيون من الوسائل الثانية ، فإن الوسيلة الإلكترونية تفرض على المتلقي تمحيد الاعتبار ، فهو لا يطالع حقيقة كاملة ولكن كل حقيقة مرهنة بالضغط على "mouse" ، وإذا لم يفعل ذلك فلن يجد معلومات جاهزة.

كما أن هذه الوسيلة تفرض تحديدًا على الوسائل التقليدية ، فهي تتشابه مع التلفزيون من ناحية الشكل ، إلا أنها تتفوق عليه من زاوية إتاحة الفرصة للتعرض بحسب ظروف التلقي ، وإعادة التعرض أكثر من مرة (الأرشيف) ويمكن إعداد رسائل خاصة للمتلقى وفقًا لخياراته ، كما تتفوق على الوسائل الورقية في أنها لا تحتاج مكانًا للتخزين ، أو أن المواد تتعرض للتلف.

مناقشة النتائج ومقارنة للتفسير :

باستعراض المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية أو للصحف<sup>(\*)</sup> نجد أن كلاً منها له موقع بالفعل ، جميع الصحف لها مواقع إلكترونية<sup>(\*\*)</sup> ، والقنوات التلفزيونية الحكومية والأهلية (الخاصة)<sup>(\*\*\*)</sup> ، كما أن هناك مواقع إخبارية ولكن هل إقامة الموقع الإلكتروني من زاوية الحاجة له ، أم من زاوية الطفرة أو الموضة<sup>(\*\*\*)</sup> .

إننا من خلال العرض السابق نخرج بما يلي :

- ١- إن إقامة موقع إلكتروني يحتاج إلى إمكانات بشرية ، وتدريب وتحويل ، وهي أمور فوق طاقة بعض مسن وسائل الاتصال لدينا ، والدليل على ذلك أن المواقع التي توافر لها التمويل كالشرق الأوسط ، لجأت إلى وكالات الأنباء الجاهزة (و أ ف) لتوافر التحديث وآخر الأخبار ، ولم تكن لديها إمكانية استكمال مراسلين وتوفير المادة الخام للموقع الإلكتروني .

(\*) - See Forner, Lennig.

(\*\*) وصل عدد المواقع العربية الإلكترونية عام ٢٠٠٠م إلى ٢٤٨ موقعًا في راسي شرم : المرجع .

## البحوث

٢- تثبت تجربة الجزيرة نت من إمكانية تحميل الصوت والبرنامج أن المواقع العربية سوف تشهد التطور ، الذى مرت به صناعة الإعلام في الخارج حيث لجأت قطاعات الاتصال إلى التجمع والتمركز المؤسساتي في شكل إمبراطوريات اتصالية ؛ لإمكانة الاستفادة المثلّي والكاملة من الإمكانيات الإلكترونية ، فلدينا صحيفة المستقبل وتلفزيون المستقبل وكذا راديو الشرق الأوسط إلا أن استفادتهم للإنترنت ما زال قاصراً.

٣- نستطيع أن نحزم من خلال تجربة المواقع الصحفية موضع الدراسة (والترامها بالنصر) والتلفزيونية : اقرأ ، المستقبل ، والتزام كل منها بإتاحة معلومات عن برامجها أن هذا الدور ليس هو المقصود من الموقع الإلكتروني ، ويجب التعامل مع الوسيلة الحديثة بما يتيح من إمكانيات تحقيق التلاقى والإدماج بين أكثر من وسيلة في وقت واحد.

**محاولة للتفسير : كيف يمكن أن نفسر ظاهرة المواقع الإلكترونية العربية الحالية ؟**

إننا نجد موقعاً واحداً يرقى للمواقع الأجنبية وهي : الجزيرة ، وإن كانت تعتمد إلى حد ما على وكالات الأنباء ؛ أى ما زالت تدور في فلك التدفق الإعلامي من الشمال وبالتالي فيم كانت إقامة هذه المواقع .

إذا أردنا العودة إلى مرحلة نشأة الإذاعة الأهلية ، فإن المحطات الإذاعية كانت تنشأ من فوق أسطح المباني ، وكانت تنشأ محطات تجارية ، قبل النشأة الرسمية في مصر ١٩٣٤م ، وعليه .. فإن فوضى المواقع الحالية جاءت من قبيل الانبهار ومجاعة لتطور الأحداث ، دون وعى لماهية الشبكة الكونية التي تتركس المهنة الكونية الشمالية.

وإذا كانت الأصوات تعالت في الولايات المتحدة مخدرة من آثار هذه الشبكات ودعت لمواجهتها بالتعليم وتنمية الوعي<sup>(١١)</sup> .. فإننا أولى بذلك ، خاصة وأنها لن نستطيع منع استقبال الإعلام الإلكتروني ، ولا مراقبته ، كما أن الوسيلة الجديدة تستدرج المتلقي في فلكها بما يتيح من إمكانيات .

مدى تحقق الفروض :

الفرض الأول :

توفر المواقع الإلكترونية مصادر بديلة للأخبار لا تدور في فلك منظومة الوكالات الدولية للأخبار .

لم يتحقق هذا الفرض ؛ حيث إن المواقع الإلكترونية العربية تعتمد على وكالات الأنباء بصفة أساسية رويتر ، و أ ف ، أ ب ، وتنتشر النص صراحة منسوباً إلى الوكالة. وبالتالي فإنها لم توفر آلية استقلالية ولم توفر منظومة دولية للتبادل المتكافئ للأخبار ، وبظل التدفق في اتجاه واحد.

الفرض الثاني :

"تتأثر المواقع الإلكترونية بطبيعة الوسيلة المنشأ للموقع (صحفية / إذاعية) في استخدام الوسائط المتعددة".

تحقق هذا الفرض من حيث التزام المواقع الإخبارية الصحفية بالنص الأصلي ، ومن ثم كان دورها هو إتاحة الدورية على الإنترنت دون الاستفادة من إمكانات الوسيلة الخاصة بالدمج والتلاقي بين أكثر من وسيلة اتصال ، وأفاد الموقع الإلكتروني للمقام لفضائية عربية في إكباتية تقدم البث الحي للبرنامج ، ومن ثم فإن هذه المواقع لا يمكن فصلها عن القناة الاتصالية التي أنشأها.

الفرض الثالث :

"إن التعدد في المواقع الإلكترونية يؤدي إلى ثراء معرفي وثقافي وإخباري"

لم يتحقق هذا الفرض من خلال استعراض المواقع الإلكترونية ، خاصة وأن الفضاء الكوني مفتوح ويحتاج دائماً إلى فيض معلوماتي مما أدى ، تحت ضغط السرعة ، إلى عدم التحقق من صحة بعض الأخبار ، ونشر المعلومات التي ترد كما هي ، والميل إلى التجهيل للمعلومات ، ومن ثم فإن الإضافة لهذه الوسائل هو نشر للمعلومات غير المؤتقة، وتفكيك الحقيقة ، بعرض كم من التفاصيل بما يعيد المتلقي عن المعرفة الحقيقية.

توصيات :

- ★ تستعد المداخل للتعامل مع المواقع الإلكترونية ، فهي من جانب وسيط اتصال جديد ، كما أنها تضم بين طياتها وسائل الاتصال التقليدية ، بالإضافة إلى ما تضيفه من إمكانيات تفاعلية جديدة ، وفي الوقت نفسه تنوعها ووصولها إلى قطاعات عريضة من المتلقي بما يفرض علينا البحث عن توصيف اتصالي لهذا النوع من الاتصال وتأثيره على مجتمعاتنا ، والبحث عن أطر منهجية جديدة للبحث وكلنا للتحليل مع ملاحظة ضرورة الخروج من الأشكال التقليدية ، التي تعتمد على الاستبيانات وقطاعات من المتلقي دون إضافة جوهرية للمجال العلمي.
- ★ تأكيد ضرورة وضع ضوابط لإقامة مواقع إلكترونية ، والنص على تحديد جهة الإصدار، ومصادر التمويل ، والالتزام بأخلاقيات النشر مثل عدم التحهيل للمصادر.

## المراجع

### المراجع العربية :

- (\*) يشير مرجع آخر إلى أن أول صحيفة إلكترونية كانت في السويد ، وهي "هبار جوبورج دجبلاد".
- سميد الغريب : الصحيفة الإلكترونية والورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (١٣) ، أكتوبر ، ٢٠٠١ .
- (\*) زاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع لها من ٦٠ صحيفة في عام ١٩٩٤ ، إلى ١١٥ صحيفة في عام ١٩٩٥ .
- George Garneau : The web : next ster Interactive agenda, Eidter & Publisher, Feb - 17, 1996
- ١-٥. بحورى عبد السلام نهى : تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع والمستقبل ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الرابع ، أكتوبر ١٩٩٨ .
  - ٢-٥. راسى شريم : الإعلام الإلكتروني العربي - مقارنة نقدية ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، ( تونس : معهد الصحافة وعلوم الأخبار ) ، يناير - ديسمبر ٢٠٠١ .
  - ٣-٥. نوال الصلبي : مفهوم الصحافة الدولة وبينها على الإنترنت ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٩ أكتوبر ٢٠٠٠ .
  - ٤-٥. سميد الغريب : الصحيفة الإلكترونية والورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر ، أكتوبر ٢٠٠١ .
  - ٥-٥. بحورى عبد السلام نهى : التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت ، دراسة تحليلية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الثاني ، العدد الرابع ، أكتوبر ٢٠٠١ .
  - ٦-٥. جمال محمد عطاس : مداخل إلى الصحافة الإلكترونية ، تلويزم الرابع للصحفيين المصريين ، فبراير ٢٠٠٤ ، الدراسات الإعلامية عدد ١١٤ ، مارس ٢٠٠٤ .
  - ٧-٥. هشام جعفر : الصحافة الإلكترونية في مصر ، الواقع والتحديات ، المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين ، فبراير ٢٠٠٤ ، الدراسات الإعلامية ، مارس ٢٠٠٤ .
  - ٨- وهذه الدراسات وفقاً لترتيب الزمن :
  - ٨-١. السيد نجوت : استخدام الإنترنت في تطوير المهارات الصحفية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثاني ، ١٩٩٧ .
  - ٨-٢. سامى عبد الرؤوف طابع : استخدام شبكات المعلومات الإنترنت في الحملات الإعلامية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثاني ، أكتوبر ١٩٩٧ .
  - ٨-٣. إيتساي أبو يوسف : استخدام الصحفيين لشبكة المعلومات الإنترنت كمصدر من مصادر المعلومات ، مجلة كلية الآداب (جامعة ليبيا) ، العدد المشرود ، إبريل ١٩٩٨ .

## البحوث

- ٨-٤- نبوى عبد السلام : أنماط ودوافع استخدام الشباب المصرى لشبكة الإنترنت ، مؤتمر الإعلام وقضايا الشباب ، مايو ١٩٩٨ ، (القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٨)
- ٨-٩- السيد بخت : تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية ، المؤتمر الخامس "تكنولوجيا الاتصال الإعلامى الواقع والمستقبل ، القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٩ .
- ٨-١٠- محمد محمد إبراهيم : استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاسها على الأداء الصحفى ، المؤتمر الخامس ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامى الواقع والمستقبل ، القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٩ .
- ٨-١١- السيد بخت : استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن ، يوليو ٢٠٠٠ .
- ٨-١٢- : الاستخدامات المتخصصة لدى أساتذة الاتصال الجماهيري ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، عدد (٩) ، أكتوبر ٢٠٠٠ .
- ٨-١٣- سامي عبد الرؤوف طابع : استخدام الإنترنت في العالم العربي ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام العدد الرابع ، أكتوبر ٢٠٠٠ .

## المراجع الأجنبية :

- 9- <http://www.indian.edu>.
- 10- Janes, M.G. (1981) : Telecommunications technologies : New Approaches to consumer information.  
**The Information Society (T.I.S.)**  
Vol (1) No (1) p.p. 31-52.
- 11- <http://www.Mindspring.com>
- 12- Noam, Eli, M (1986) : The public telecommunications network, A concept in Transition, **Journal of Communication** vol (30) No (2).
- Raw, J. C (1992) : Multimedia Technology as Catalyst for new form of Literacy, (**The Information society**), Vol (8) No (2) P.P 82-90.
- Taeg, B. R. & Williams, R. (2000) : Europe Experiments with Multimedia : an overview of social experiment and trial (**The Information society**) Vol. (10) No. (4) p.p. 277-301.
- 4 Flolfi, Francesco & Sussman, Gerald (2001) Telecommunications and Transnationalism, the polarization of social space, (**The Information Society**). Vol. (17) No. (1). p.p. 49-62.



- 13- Dyson, E, Gilder G, Keyworth G & Toffler, A (1996) : Cyberspace and the American Dream, *Amagna Carta for knowledge age*, TIS vol. (12) No. (3) p.p. 295-308.
  - Rowe, John Carlos (1996) : Cyber cowboys on the new frontier freedom, nationalism, and imperialism in post Modern Era, (*The Information Society*) vol. (12) No. (3) p.p. 309-314.
  - Gillet, S. E. (2000) : Universal Service : Defining the policy Gool in the age of the internet. (*The Information Society*), vol. (16) No. (2) pp. 147-150.
  - Lacas, I D & Baum, H. N. (2000) Shaping the web, why the politics of search engines matter; (*The Information Society*). Vol. (16) No.(3).
  - Choi, Junho, H & Danowsk, James (2002) Making global community on the net, Global village or Global Metropolis ? A Network Analysis of use net News groups, *Journal of Computer Mediated Communication* vol (7) No (3) April 2002.  
From : <http://www.ascusa.org/jcmc/>
  - Sorsaj, H.R (2002) the web of time and the Dilemma of Globalization. *The Information Society*, vol. (18) No. (4).
  - Haythom W. C. (2002) : Strong weak and Latencies and the impact of newmedia, (*The Information Society*), vol. (18) No. (5) pp.385-401.
  - Golumbia, David : Hypercopital, Project Muse Scholarly Journal on line.  
From : <http://www.Mindspring.com/golumbi/docs>.
- 14- Brown, Dorg (2003), Searching for on-Line gold, *American Journalism Review*, June,  
From : <http://www.Ajr-org/Article>
- Schiller, Dan (2002) نص العربية الاتصال قطاع صناعات مثل غيره ;  
From : <http://www.Mondiplaar.Com/maio2/articles/schiller.htm>.
- 15- Ferguson, D & Perse, E (2000) The world wide web as a Functional Alternative to television, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. Vol. (44) No (2) pp. 155-175.
  - Anderson, H (1996) : Cyberspace as Journalism tool, Editor and Publisher, Feb. (17).
  - Thomas, Kaye, Barbara (1998) Cruising is Believing ?

- Johnson - Kaye : Internet and Traditional Sources on Media Credibility Messages, Journalism and mass communication quarterly vol. (75) No. (2). pp. 325-337.

١٦- إيراد كالفريد : صناعة الأخبار في عصر رقمي (بالعربية)

From:<http://F3F3.com/67/or/imetph/>

- Foner, L. : Community, interactivity, Anonymity and Media Theory.  
From:<http://ica.www.Media.mit.edu/people/Foner>.
- Teich, All, Mark, S.F. Rob Kiling & Ya-Ching Lee (1999)  
Anonymous communication policies on the internet, results and recommendations, AAAS conference, The formation society vol. 15, No 2, pp. 71-77 (Full Text).

17- Daniel Bougno .. See :

Trabelsi, Anouar (2001) Des premieres, Protheses technique a la convergence interactive d'internet la technophobia revivée et la technophilie revisitée. Revue tunisienne de communication. No. 37/38, pp. 55-71.

\* نشكر الباحث : سعيد اللؤلؤي لى الأحرار لمساعدته في معرفة ترجمة الدراسة السابقة.

18- Erickson, T (1996) : The world wide web as a social Hypertext.

- Tall, S & Monomen - Altonen M.
- Computer - Mediated communication in Enhancing communicative Dialogues on the web.  
<http://www.helsinki.fi/tell/Toronto.html>
- Farmer, Frandall, Star, C. M., & Ford, D. C.: From Habitat to Global Super Space,  
From : <http://www.usyd.edu.au/su/social/paper/farmer1.html>.
- Breen, Marcus (1998) : Moving to jelly beans, public interest, theory for the internet Electronic Journal of Communication vol. (8) No.(2).
- Walther, J. B. (1996) computer - mediated communication, impersonal interpersonal and hyper personal interaction, Communication Research. vol. (23) No (1) pp. 3-43.
- Ogan, Christine & Morris, M (1996) The internet as a mass media, Journal of Communication, vol. (46) No. (1) pp. 39-60.

- Dahlberg, L (2004) : Internet Research Tracings Towards non-reductionist methodology. *Journal of Computer mediated.*  
http://www.ascusc.org/jcmc/volg/issue.
- Sandbothe, W (2000) : Interactivity - Hypertextuality - Transversality a Media - Philosophical Analysis of internet Hermes, *journal of Linguistics*, vol. (24) February.  
www.aber.uk.edu./sandbothe.net/online/text.
- \* سوزان القاين : الصحافة الإلكترونية المصرية (عصر المعلومات) (القاهرة : عين خمس، ٢٠٠٠).
- 19- Li, Xigen, (1998) : web page design and Graphic use of the three u.s. newspaper, *Journalism & Mass communication quarterly*, vol. (75) no (2).  
Li, xigen (2002) web page design affects retrieval efficiency, *newspaper research journal*, vol. (23) no. (1) winter.
- 20- Arant, D & Anderson Janna : Newspaper On-Line Editors support traditional standards, (2001) *Newspaper Research Journal*, vol.22, No.4 pp.57-69.
- 21- Fidler R. (2004) : Theoretical analysis of virtual press, from : Ajmer - com/file://cunzipped/new/20folder%20(2)theoretical.
- 22- Endres, Kathleen & Caplan, Richard (1997) the Magazine in Cyberspace. A "Site" to be Zine, etc. vol.7. no. (2).  
From : http://www.cios.org/www/ejc/v7n297htm.
- 23- De Faria, Jose Neto (2002) : Mutation Magazine. The media out of medium.  
Paper for the 23<sup>rd</sup> conference and general assembly IMCR, media production analyses working group. Barcelona. 21-26 July 2002.
- 24- Bartlett, David.  
The soul of a news Machine : Electronic Journalism in the Twenty-First Century.
- 25- De Faria, : op.cit.  
From://c:/document,ww.aber.ac.uk.edu/media.news.Waisbord (1997) : What the (online) new ? Digital dailes inltin America ejc, ob.cit.
- 26- Dahlberg, L : (April 2004) Internet research tracings : Towards non-reductionist methodology, *jcms*, vol.8, no.3.  
From:http://www.ascusc.org.
- 27- Kress, Gunther & Leeuwen, Theovan (2001) *Multimodal Discourse, The modes and media of contemporary communication.* (London : Arnold) p.20.

## المحور

- 28- Brill, Ann M. (1997) : Why new journalism : How the pioneer are doing etc. op.cit.  
 \*\* Electronic Journal of communication (scj) vol. (75) no (2) (3) www.Cios.org.
- ٢٨/٣٧ - راسي شريم : الإعلام الإلكتروني العربي : مقارنة نظرية : المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ٣٨/٣٧ يناير/ديسمبر ٢٠٠١ ، ص٤٥-٤٦.
- ٣٠- المرجع السابق ، ص٤٧.
- ٣١- المرجع السابق ، ص٥٥.
- ٣٢- مجرى عهد السلام / حرية الصحافة ، مرجع سبق ذكره ، ص٢١٨.
- ٣٣- للدخول على مواقع الإذاعات العربية والفضائيات [www.F3.F3.com](http://www.F3.F3.com)
- ٣٤- جمال غيطاس : مرجع سبق ذكره ، ص٢٢٤.
- 35- <http://www.aawsat.com/view>. الشرق الأوسط  
<http://www.aharam.org.eg>.  
<http://www.almustaqbal.com/default.aspx> المستقل  
 Raddedi.com وللبرامج العربية <http://www.fytyre> قناة للمستقبل :  
 يمكن للدخول فيه على المواقع التلفزيونية.
- <http://www.aljazeera.net/>  
<http://arab.moheet.com> شبكة للمعلومات العربية هيأت
- <http://www.alqanant.com/news/> القناة  
<http://www.elaph.com>. إيلاف  
<http://www.nilesat.com.eg/default.htm>.
- ٣٨- جمال غيطاس : مرجع سبق ذكره.
- ٣٩- راسي شريم : مرجع سبق ذكره.
- ٤٠- فضيل دليو : العولمة وإشكالية سياد تكنولوجيا الاتصال الدول ، المجلة التونسية (مرجع سبق ذكره ، ص٣١).
- 41- Teich, Mark, Ya - Ching lee : op-cit.

جدول (١) : استخدام الوسائط المتعددة .

الترتيب	صورة + نص	مواقع متحركة			موقع ثابت		صورة عمل برامج	صوت	الوسائط المتعددة المواقع الإلكترونية
		أخبار متحركة	صور متحركة	عناوين متحركة	عنوان ثابت	نص ثابت			
٣	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	الشرق الأوسط
٤	x	-	-	-	✓	-	-	✓	الأهرام
٤	✓	-	-	-	✓	-	-	✓	المستقبل
١	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الجزيرة
٥	-	-	-	-	-	✓	-	-	اقرأ
٥	-	-	-	-	-	-	-	-	T.V. المستقبل
٢	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	عميد
٢	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	القناة
٢	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	لهايف

## المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية دراسة تحليلية مقارنة

د. أمال سعد المتولي

جاءت التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام ، وخاصة الإعلام الإلكتروني، بمخرجات اتصالية جديدة ، تعتمد على الوسائط المتعددة في تقديم الرسالة الاتصالية .

وإذا كان « مارشال ماكلوهان » أكد في استعراضه لسمات عصر الدوائر الإلكترونية أن الأنماط الاتصالية تشكل شكل الحضارة ، ولم يقف كثيراً عند المضمون قدر وقوفه على تكنولوجيا وسائل الإعلام .. فإن البوابات الإلكترونية للمعلومات تشكل ملمح عصر اتصال جديد في القرن الواحد والعشرين Twenty - First Century ، يفرض علينا معرفة وتوصيف الطبيعة الاتصالية لهذه البوابات .

وإذا كان التاريخ الحديث يرصد أن احتكار المعرفة بدأ مع عصر المطبوع ، فإن البوابات الإلكترونية نقلتنا إلى عصر المعلومات بلا حدود Information Super high way - بتعبير «David Bartlett» وكذا انعدام الرقابة والسيطرة على المعلومات .

مشكلة البحث :

لما كانت الفضائيات التليفزيونية بما تعتمد عليه من إمكانات نقل الحديث والصورة والصوت إلى غيره ، فما طبيعة المواقع الإلكترونية لهذه الفضائيات ؟ وهل تختلف حقاً عن الصحف الإلكترونية ، والمواقع الإخبارية على الإنترنت ؟

ما عناصر التميز لمواقع الفضائيات عن غيرها ، وما الطبيعة الاتصالية للمضمون عبر هذه المواقع عن غيرها من وسائل الاتصال ، وهل هناك اختلاف تختص به عن غيرها من المواقع على الإنترنت .

- ما طبيعة حارس البوابة على ضوء هذا الوسيط الاتصالي الجديد ؟

## **Abstract**

### **Website, And Electronic Journalism Comparative Analytical Study**

The theme of this paper is to study the theoretical bases for the phenomenon of Electronic communication, the nature of message and a description of the communicator as well as gatekeeper.

The study shed light on the dissipation of the phenomenon of usage of the websites on a board scale.





## صورة المرأة كما تعكسها الدراما فى الفضائيات العربية وأثرها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى دراسة تحليلية ميدانية مقارنة

د. أشرف جلال حسن<sup>١</sup>

المقدمة :

**تقديم** قضايا المرأة من أهم القضايا بروزاً على الساحة الإعلامية ، نظراً لما تشهده المرأة من اهتمامات متزايدة، على عدة مستويات محلية وإقليمية ودولية. ولذا ، أصبح تناول الإعلامى الصحيح لهذه القضايا من أهم الأولويات التى ينبغى أن تضطلع بها وسائل الإعلام العربية ، فى مختلف الأشكال والمضامين .

وهناك تساؤل مهم يطرح نفسه : هل واکب هذا الاهتمام اهتماماً مماثلاً من جانب كُتاب ومؤلفي الدراما بصورة المرأة ؟ خاصة إذا ما وضعنا فى الاعتبار أن الدراما من أهم المضامين التى تغطى بمشاهدة عالية . وللك ، تلعب دوراً أكبر فى تشكيل إدراك الجمهور لصورة المرأة أكثر من المضامين الأخرى ، بحكم ما يتوافر للدراما من عوامل جذب على مستوى الشكل والمضمون .

ونظراً لقدرة وسائل الإعلام - وخاصة الدراما التلفزيونية - على لفت أنظار الجمهور للمضامين الإعلامية ، فأحياناً تلجأ إلى تعمد الإثارة أو المبالغة فيما تقدمه من مضامين عن بعض الفئات ومن بينها المرأة ؛ ولذا فالصورة التى يقدم بها التلفزيون - المرأة قد تؤثر بشكل أو بآخر على إدراك الجمهور للواقع المرأة .

وإذا كانت الدراما تغطى بأهمية عالية فى المنطقة العربية ، فهى تتمتع بأهمية متزايدة بحكم ارتفاع معدلات مشاهدتها من ناحية ، وحرص التلفزيونات العربية على تقديمها فى فترات حية من ناحية أخرى ، فافضل الأوقات المخصصة للدراما سواء الأفلام أم المسلسلات أو تمثيليات السهرة .

---

(١) مدرس بقسم الإذاعة ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

وربما كان في الماضي هناك تصور بأن الدراما مصرية فقط ، وتصدر لبقية الدول العربية ، ولكن بعد ظهور القنوات الفضائية زادت مساحة الفترات الدرامية والأعمال المقدمة عبرها ، حتى ظهرت قسوتات مخصصة للدراما فقط مثل إيه ار تي الأفلام ١ ، ٢ أوربت ١ ، ٢ والشاشة والحكايات والنيل للدراما العربية ، كما ظهرت قنوات أخرى مخصصة فقط للدراما الأجنبية مثل : إم بي سي تو وغيرها .

وقد ساعد هذا الانتشار للقنوات الفضائية ، على إنتاج التلفزيونات العربية لعديد من الاعمال الدرامية بحكم ما توافر لها من مخيرة وانتشار ، ففي رمضان ١٤٢٤هـ ، أذيع أكثر من ١٤ مسلسلاً عربياً غير مصري على الشاشات العربية منها : الحجلة ويوم آخر ، وبنات كريكوس وغيرها .

وبالطبع كانت للمرأة قاسماً مشتركاً في هذه الأعمال الدرامية المقدمة من خلال نماذج بشرية مختلفة، كما قدمت أفلاماً عربية غير مصرية . والسؤال : هل نجحت هذه الدراما في تقديم واقع المرأة العربية ؟ أم أن الرغبة في الإثارة والشهرة والجماعية ضغطت لوجود صورة مبالغ فيها ومغايرة لواقع المرأة العربية ؟ وما أثر ذلك في إدراك الجمهور لواقع أو صورة المرأة العربية كأحد إفرزات عصر القنوات الفضائية ؟

وتزايد أهمية طرح هذا السؤال ، بعد أن أثبتت الدراسات الإعلامية سلبية وتدني ملامح صورة المرأة ، سواء في الصحف والمجلات العربية <sup>(١)</sup> أو في المواد الإذاعية والتلفزيونية <sup>(٢)</sup> أو المسلسلات العربية <sup>(٣)</sup> أو في برامج المرأة <sup>(٤)</sup> أو في إعلانات التلفزيون <sup>(٥)</sup> أو الأغاني <sup>(٦)</sup> أو الإعلام المصري بوجه عام <sup>(٧)</sup> أو في الأفلام والمسلسلات التي يقدمها التلفزيون <sup>(٨)</sup> .

### مشكلة الدراسة وأهميتها :

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن سؤال أساسي : ما صورة المرأة المقدمة عبر الفضائيات العربية ؟ وما الحدود والمظاهر والتوجهات التي تحكم هذا التعبير؟ وما انعكاسات هذا التوجه فيما تقدمه من أفكار ومضامين على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمرأة؟

وتأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء ما يلي :

- ١- تحتل الدراما العربية مساحة كبيرة في الخرائط البراجمجة ، لأغلب القنوات العربية بصورة تكاد تكون ثابتة .
- ٢- ظهور عديد من القنوات العربية المتخصصة في مجال الدراما ، فضلاً عن وجود الدراما في القنوات العربية عامة ؛ مما يعكس أهمية الدراما في هذه القنوات .

- ٣- تتمتع الدراما العربية بفرص مشاهدة عالية من جانب عديد من الفئات ؛ نظرا لجاذبيتها وظروف التمرض لها.
- ٤- تعدد فرص تقديم وإذاعة الدراما ، سواء في قنوات عامة أم متخصصة من خلال إذاعتها كأفلام أو مسلسلات مستقلة أم داخل عديد من البرامج.
- ٥- يعتمد عدد كبير من أفراد الجمهور على الدراما في تكوين الصور والإدراكات المختلفة للعديد من الفئات والموضوعات.
- ٦- أصبح تقدم الأعمال الدرامية المتميزة الجديدة إحدى أدوات التنافس الشديد ، الذي تشهده القنوات العربية وخاصة الفضائية منها
- ٧- الدراما العربية بحكم ما يتوافر لها من تعدد فرص العرض والجذب ، يمكن أن تكون أداة فعالة في تناول عديد من القضايا والموضوعات التي تهم المرأة ، وتنعكس في الوقت نفسه على إدراك الجمهور لها .

#### هدف الدراسة :

يمثل الهدف الأساسي لهذه الدراسة في البحث ، عن أفضل الوسائل والسبل لتفعيل دور الدراما في التعبير عن المرأة العربية ، من خلال تعرف ما تقدمه هذه الدراما من أفكار وقيم ومضامين ، تؤثر على صورة المرأة .

وتحديداً : يتم تحقيق الهدف السابق من خلال تغطية مجموعة من الأبعاد ، وهي :

- تعرف صورة المرأة العربية في الدراما المقدمة شكلا ومضمونا (من الناحية الكمية والكيفية).
- تحديد طبيعة وحدود تعبير الدراما العربية عن المرأة العربية.
- قياس أثر ما تقدمه الدراما العربية على قيم وأفكار وتوجهات ، وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمرأة العربية .
- الوصول إلى أهم المقترحات للتعبير عن صورة المرأة ، بما يعكس مكانتها التي تليق بها.
- ترشيد استخدام الدراما على القنوات الفضائية العربية وخاصة غير المتخصصة.

#### الدراسات السابقة :

تناول عدد كبير من الدراسات موضوع صورة المرأة في المضامين الإعلامية المختلفة، وخاصة : الإعلانات والدراما ، ليس فقط على مستوى المجتمعات العربية ، بل حتى على مستوى المجتمعات

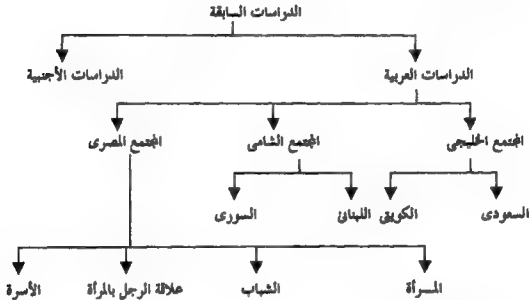
## البحوث

الغربية . كما قدم عدد من الدراسات الأخرى نتائج مهمة حول الغرس الثقافي وأثره على فئات مختلفة كالأطفال والشباب والمرأة والجمهور العام .

وحيث إن الدراسة تتناول الدراما العربية في المجتمع العربي ، فقد يكون من المفيد تقسيمها حسب المجتمعات التي تناولتها ، سواء كانت مصرية أم خليجية أم لبنانية وسورية ( شامية ) ، وكذلك من المهم أيضاً قياس كفاءة حدوث عمليات الغرس من خلال الدراما عبر فئات متنوعة من الجماهير كالشباب والجمهور العام . ولذلك ، سوف يتم تقسيم الدراسات السابقة حسب أهم المتغيرات التي تم قياسها كما يلي :

( أ ) الدراسات العربية .

( ب ) الدراسات الأجنبية .



أولاً - الدراسات في المجتمع المصري :

( أ ) دراسات تناولت صورة المرأة في الدراما :

٩- دراسة "محمود يوسف" (٩) :

تعرضت هذه الدراسة لصورة المرأة في الأفلام السينمائية التي يقدمها التلفزيون ، حيث حاولت الدراسة التعرف طبيعة الصور التي تقدمها الأفلام السينمائية التي يعرضها التلفزيون للمرأة المصرية وملاحظتها الإيجابية والسلبية ، بتحليل مضمون عينة عملية من الأفلام للتحقق في فترة التسعينات . وقد

أسفرت الدراسة عن عدة نتائج ، منها : تركيز الأفلام على تصوير المرأة التي تقيم بالمدن وتنتمي لمستويات اقتصادية مرتفعة جداً ، أو تعمل كربة منزل ، أو تعمل بمهن تقليدية كسكرتيرة والمرضة والراقصة .

٢- دراسة "مبنى الحليدي" (١٠) :

قامت الباحثة بتحليل ٤١٠ أفلام تمثل الفترة من عام ١٩٦٢ حتى ١٩٧٢ ، وظهر بهذه الأفلام ٤٦٠ شخصية نسائية أغلبها قدم بصورة سلبية .

وقد أبرزت النتائج ما يلي :

- ١- عدم التوازن في تقديم المرأة الريفية مقارنة بالمرأة الحضرية .
- ٢- المرأة تقدم بصورة مشوهة وأدوار متدنية .
- ٣- المرأة تقدم في الأفلام كمثير جنسي ، كما تقدم كعاهرة أو متسولة .
- ٤- المضمون الإيجابي الذي ظهرت به المرأة لا يتناسب كماً أو كيفاً مع المضمون السلبي .
- ٥- بعض الأفلام احتوت على أكثر من نموذج للمرأة ، وكل هذه النماذج تقريباً يقدمها في شكل سلبى .

## ثانياً - دراسات تناولت المرأة في علاقتها بالرجل :

١- دراسة "مبنى حلمي" (١١) :

تأتى الدراسة بعنوان " التعرض للدراما المصرية في التلفزيون ، وإدراك الشباب المصرى للعلاقة بين الجنسين " ويلور موضوعها حول معرفة ما إذا كانت الدراما التلفزيونية تسهم بدور في إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي للعلاقة بين الجنسين ، بما يتشابه مع ما يعرضه التلفزيون في ضوء نظرية الغرس الثقافي .

واستخدمت الباحثة مدخل الغرس الثقافي ، والذي يعتمد على محطتين : الأولى تتمثل في تحليل منظم لمحتوى التلفزيون لتحديد الأفكار والقيم والشخصيات وسياق المعالجة التلفزيونية والدروس لموضوع الدراسة . والثانية هي قياس إدراكات الجمهور لخصائص التلفزيون ، مع استخدام استمارة تحليل للمواد الدرامية وصحيفة مقابلة كأداة لجمع البيانات .

وقد توصلت الباحثة إلى عدة نتائج ، أهمها : أن العلاقة بين الزوج والزوجة هي أكثر العلاقات بين الجنسين ظهوراً في الأعمال الدرامية ، وإن اختلفت صورة هذه العلاقة عن صورة " سى السيد " سابقاً ، فأصبحت العلاقة قائمة على المودة والحب والعطف والتسامح والمشاركة والتفاهم والتعاون .

وكانت أقل العلاقات ظهوراً بين الذكر والأنثى هي علاقة الأخ والاخت ، كما أن المرأة تلعب أدواراً اجتماعية مختلفة في الدراما غير أن أغلبها ركزت على دور المرأة النمطي والتقليدي كربة منزل وأم أو سكرتيرة ، كما اختلفت صورة المرأة الضعيفة التابعة للرجل عديمة الشخصية ، وظهرت المرأة القوية المتسلطة أحيانا ذات الشخصية الصلبة التي يحترم كلامها وتقدر آرائها ، كما ظهرت المرأة الطموحة المتطلعة ، وإن كان تطلها قد يظهر دون احترام للمثل والتقاليد. وانتهت الباحثة إلى أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة بين كثافة التعرض للدراما التلفزيونية المصرية ، وإدراك الشباب المصرى للعلاقة بين الذكر والأنثى.

## ٢ - دراسة مایسة السيد طاهر جميل<sup>(١٢)</sup> :

جاءت الدراسة بعنوان : صورة العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية في التلفزيون المصرى ، وكان هدف هذه الدراسة هو تعرف صورة العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة من حيث شكل هذا العنف وأطرافه وأسبابه ونتائجه وعقابه مرتكبيه والسمات الشخصية والنفسية لمرتكبه وضحاياه ، كما تقدمها الدراما العربية في التلفزيون المصرى باختلاف أشكالها - كما تهتم بتعرف العلاقة بين كل من الخفريات المنفية في حياة الأفراد وللتفريات الديمقراطية ، واتجاهات الأفراد نحو العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة في الواقع الاجتماعى .

ومثلت أهم النتائج فيما يلى :

- ١- بلغ عدد مشاهد العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة بالدراما العربية (٥١١) مشهداً بمتوسط أربعة مشاهد عنف في الساعة تقريبا ، وجاء متوسطهم بالأفلام خمسة مشاهد عنف في الساعة ، بينما بلغ متوسطهم في التمثيليات والمسلسلات ٣ مشاهد في الساعة لكل منهما .
- ٢- احتل شكل العنف اللفظي في العلاقة بين الرجل والمرأة في الدراما العربية المرتبة الأولى من إجمال أشكال العنف بنسبة ٥٩,٨٨% يليه العنف المادى بنسبة ٢١,١٤% ، ثم الاثنان معاً بنسبة ١٨,٩٨%.

### ٣- دراسة "عادل فهمي" (١٣):

استهدفت هذه الدراسة تعرف العلاقة بين اتجاهات وآراء المتزوجين حول ظاهرة العنف الأسرى في الأسرة المصرية، والتعرض للدراما التلفزيونية .

وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض للدراما ، وأن الدراما الاجتماعية والدينية تميل إلى معالجة أوضاع الأسرة بشكل متعمق ؛ مما يساعد على تعميق وترسيخ الاتجاهات حول ظاهرة العنف ، بما يتفق مع ما تعرضه الدراما التلفزيونية .

### ثالثاً - دراسات تناولت الفروس لدى الشباب :

#### ١- دراسة عبد الرحيم درويش (١٤):

تسمى هذه الدراسة إلى تعرف القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تعالجها الأفلام السينمائية المصرية التي يقدمها التلفزيون المصري ، كما تسمى إلى معرفة تأثير كيفية تناول هذه المشكلات في الأفلام على الشباب .

وفي هذا الإطار ، تسعى الدراسة أيضا إلى تعرف سمات مضمون مهم بئر الجدل ، وهو المضمون الجنسي بالأفلام السينمائية ، ويتم هذا عن طريق تحليل مضمون عينة من الأفلام التي يعرضها التلفزيون المصري واستقصاء يوزع على عينة من جمهور الشباب الذي يتعرض لهذه الأفلام . واستخدمت الدراسة منهج المسح ، وفي إطاره استخدمت أداة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء، وصاغ الباحث عدداً من الفروض ، وهي :

- ١ - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية ، وحجم مشاهدة الشباب للأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون
- ٢ - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية وإدراك الشباب لواقعة الأفلام.
- ٣ - توافر كل من المتغيرات الآتية : الصلة بالأفلام والنشاط قبل المشاهدة وبعدها ، والانتماء في المشاهدة على إدراك واقعة الأفلام وغيرها من الفروض.

وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الشباب يشاهدون الأفلام السينمائية بالتلفزيون بنسبة ٩٤,٤% وأنهم يفضلون الأفلام الأحتيية ويفضلون مشاهدتها مع الأسرة ، وأكثر نوعية أفلام يفضلونها هي الأفلام الاجتماعية ، واتجاهات الشباب نحو الأفلام السينمائية المصرية بشكل عام سلبية.

## البحوث

### ٢- دراسة "أميرة صبر طه" (١٥) :

تهدف هذه الدراسة تعرف دور مشاهدة المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب لبعض المشكلات الاجتماعية ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين مستوى مشاهدة الشباب للمسلسلات العربية، ومستوى ميالتهم في تقديرات المشكلات الاجتماعية ، كما أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين مستوى مشاهدة الشباب للمسلسلات العربية ، ومستوى إدراكهم للمشكلات الاجتماعية كما تعرض من خلال هذه المسلسلات .

### ٣- دراسة ياسر عبد اللطيف (١٦) :

استهدفت هذه الدراسة معرفة مدى وجود علاقة بين التعرض للدراما التي يقدمها التلفزيون ، ومستوى التطلعات لدى الشباب ، من منظور الفرس الثقافي مع الأخذ في الاعتبار بعض المتغيرات الوسيطة مثل : مدى مصداقية المضمون الدرامي.

وأجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة ، وكان من أهم نتائج : الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية بين حجم التعرض للدراما المقدمة في التلفزيون ، ومستوى التطلعات العام ، في حالة توافر مستوى اجتماعي واقتصادي مرتفع . ويرجع ذلك إلى المبالغة في تصوير الواقع الاقتصادي للشخصيات الدرامية ، وبالتالي تصوير المستويات الاقتصادية المرتفعة على الإطار العام للدراما التلفزيونية .

### ٤- دراسة "سهر صالح إبراهيم" (١٧) :

تركز هذه الدراسة على محاولة تحديد تأثير العنف المقدم على شاشة التلفزيون على الشباب ، وكيفية يمكن أن يكون العنف التلفزيوني أداة لفرس اتجاهات عدوانية لدى الشباب ، ويعلمهم طرقاً وأساليب عنيفة للتعامل في حياتهم الواقعية .

واستهدمت الباحثة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب بأحياء القاهرة ، وتم تقسيم العينة طبقاً لمتغيرات النوع والسن والمستوى التعليمي . وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط بين معدل التعرض للعنف في الأفلام التي تقدم في التلفزيون واتجاهات الشباب نحو العنف ، وكذلك بين معدل التعرض للعنف في الأفلام ، وتفضيل الشباب للحلول العدوانية للمشكلات .

كما وجدت الباحثة علاقة ارتباط بين معدل التعرض للعنف في الأفلام ، وإدراك الواقع الاجتماعي المقدم في التلفزيون ، بالإضافة إلى وجود علاقة بين كثافة التعرض للعنف في الأفلام التي يعرضها التلفزيون والاتجاهات العدوانية لدى الشباب.



٥- دراسة "حنان عزت أحمد" (١٨):

تستجبه هذه الدراسة إلى تعرف ماهية تأثير تعرض المراهقين (المتمثلين في طلاب وطالبات الفصل الأول الثانوى ) للسلسلات الاجتماعية الأمريكية ، على إدراكهم للعلاقات الاجتماعية من خلال تعارف إدراك المراهقين لتلك العلاقات ، وارتباط هذا الإدراك بعوامل أخرى ، منها : العوامل الديموجرافية والعوامل النفسية والاجتماعية وحجم وكثافة التعرض لتلك السلسلات.

ولقد استخدمت الباحثة منهج المسح وقامت بتطبيق الدراسة على عينة تتكون من ٢١٠ مفردة من المراهقين تم سحبها من ٣ مدارس ، وكانت أداة جمع البيانات التي استخدمتها الباحثة هي استمارة الاستقصاء عن طريق المقابلة الشخصية .

و لقد توصلت الدراسة إلى ما يلى :

- لا توجد علاقة بين حجم وكثافة التعرض والتأثير بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين النوع والتأثير بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين مستوى التحصيل الدراسى والتأثير بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين اندماج المراهق مع الجماعة والتأثير بما يقدم .
- لا توجد علاقة بين نوع المشاهدة والتأثير بما يقدم .
- نموذج الغرس الثقافى لا يصح تعميمه على كل المجتمعات خارج الولايات المتحدة الأمريكية ، فالتأثير يختلف تبعاً للنظام الإعلامى لكل بلد والثقافة والعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية والدينية لكل مجتمع .

٦- دراسة "حسن عماد مكاوى" (١٩) :

اهتمت هذه الدراسة بتعرف كيفية قيام التلفزيون المصرى بعكس الواقع الاجتماعى لمشاهديه من شباب الجامعات، ومدى مساهمته في خلق واقع جديد، وهو : عالم التلفزيون الذى يختلف بدوره عن العالم الحقيقى . واستندت الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافى في تطوير فروضها ، والتي أطلق عليها الباحث " الإنماء التلفزيونى" واستخدمت الدراسة عينة من ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية تمثل الذكور والإناث بالتساوى .

ومن أهم نتائج الدراسة : إثبات وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كثافة التعرض للتلفزيون ، واستخدام وسائل الإعلام للحصول على المعلومات وشدة الدوافع النفسية ، وإدراك الواقع من التلفزيون خاصة بين الإناث .

## البحوث

رابعاً - دراسات تناولت الغرس لدى الأسرة :

### ١- دراسة "عزة عبد العظيم" (٢٠):

حاولت هذه الدراسة اعتبار العلاقة بين التعرض للدراما العربية التلفزيونية التي تتناول الأسرة المصرية ، وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للأسرة المصرية بما يشابه ما يعرضه التلفزيون معتمدة على عطلتين : الأولى تحليل مضمون عينة من المسلسلات بالقناة الأولى ، والثانية تطبيق استبيان على عينة حصرية مكونة من ٤٠٠ مفردة . وقد انتهت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما التلفزيونية ، وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للأسرة المصرية بما يشابه ما يقدمه التلفزيون .

### ٢- دراسة "بركات عبد العزيز" (٢١):

هدفت إلى تعرف الصورة النمطية للأسرة المصرية كما تمكسها مسلسلات التلفزيون ، بالاعتماد على أسلوب تحليل للمضمون لعينة من المسلسلات بالقناة الأولى عام ١٩٩٣ واستناداً إلى نظرية الغرس ، وتبين أن المشكلات المادية كانت أكثر المشكلات تكراراً بين أفراد الأسرة، كما كان أسلوب العنف أكثر الأساليب استعمالاً لمواجهة المشكلات.

## ثانياً - دراسات الغرس في المجتمع الشامي :

### ( أ ) المجتمع اللبناني :

### ١- دراسة "مارعة حمزة شوقي" (٢٢):

ركزت هذه الدراسة على علاقة تعرض الشباب اللبناني للدراما الأجنبية وإدراكه للواقع الاجتماعي من خلال دراسة إدراك الشباب لقضية : العنف والإدمان ، وقامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من الأفلام والمسلسلات الأمريكية والمكسيكية والبريطانية المذاعة في تلفزيون لبنان الحكومي ، وتلفزيون المؤسسة اللبنانية للإرسال وتلفزيون المستقبل والتي تعرض وقت ذروة المشاهدة لتعرف معدل ظهور العنف والإدمان في الدراما . واستعملت الباحثة دراسة مسحية على عينة ( ٤٠٠ مفردة ) من الشباب اللبنانيين في كل من المحافظات اللبنانية ، وتوصلت الباحثة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون ، وإدراك الواقع الاجتماعي لكل من العنف والإدمان كما ثبت وجود علاقة بين التعرض للدراما الأجنبية والمستوى الاجتماعي الاقتصادي وإدراك الواقع الاجتماعي فيما يتعلق بقضية العنف ، بينما لم تثبت هذه العلاقة عندما تم ربطها بقضية الإدمان.

(ب) المجتمع السوري :

١- دراسة "كمال بلبح الحاج" (٢٣):

استهدفت هذه الدراسة تعرف مدى تأثير المواد الأجنبية بالمواد التلفزيونية المحلية ، كغالب ومضمون وقيم في التلفزيون المصري والسوري ، ومدى تأثير أداء القامم بالاتصال المحلي بالمواد الأجنبية المستوردة ورؤيته لمسألة التدفق والعملة ، وتعرف مدى التأهيل الذي يحصل عليه القامم بالاتصال في التلفزيون المصري والسوري ، لزيادة كفاءته واستقلاليته وفاعليته في ظل العملة .

ولقد استخدم الباحث المنهج المسحي بنوعيه : الوصفي والتحليلي ، حيث قام الباحث بتحليل محتوى البرامج الثقافية على مدى دورة إذاعية كاملة مدتها شهران ، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد قام الباحث باختيار عينة من القامم بالاتصال في البرامج الثقافية بمصر وسوريا بلغت ١٥٠ مفردة . ولقد أسفرت هذه الدراسة عن عدد من النتائج أهمها أن إنتاج البرامج الثقافية في التلفزيون المصري أكثر محاكاة للمواد التلفزيونية الأجنبية من إنتاج البرامج الثقافية في التلفزيون السوري . كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه البحوث نحو المضمون الأجنبي باختلاف خصائصهم الديموغرافية ( العمر / التعليم / المهنة / المستوى الاقتصادي والاجتماعي ) . وأثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القامم بالاتصال في كل من مصر وسوريا نحو محاكاة المضمون الأجنبي .

ثالثاً - دراسات الفرس في المجتمع الخليجي :

( أ ) المجتمع السعودي :

١- دراسة "عبد اللطيف العروضي" (٢٤) :

استهدفت هذه الدراسة تعرف تأثير التلفزيون السعودي على اتجاهات عينة من الشباب ، وتم اختيار عينة مسن طلبة الجامعة بالرياض ، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ، وجاءت أهم النتائج لتؤكد وجود آثار للتلفزيون ولكنها آثار محدودة ، كما ظهر وجود ارتباط عكسي بين التعرض للمضمون الأجنبي وإدراك الاتجاهات الاجتماعية التي تشمل الأمن والعلاقات الشخصية والشفقة بالآخرين والطموح والرضا عن الحياة . كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للمضمون العربي والاتجاهات الاجتماعية .

وتعكس نتائج الدراسة السابقة مؤشرات مهمة سواء فيما يتعلق بطبيعة التأثير بالدراما العربية أم مداهها ، خاصة إذا أخذنا في الاعتبار طبيعة المجتمع السعودي كمجتمع أقل انفتاحاً عن غيره من المجتمعات العربية . ولذا .. فمن المتوقع أن تكون القنوات الفضائية هي الأكثر جذباً ومشاهدة خاصة في المضامين الدرامية .

#### (ب) المجتمع الكويتي :

##### ١- دراسة "عهد الرحمن الفلايبي" (٢٥):

ارتكزت هذه الدراسة على موضوع المسلسلات المستوردة المقدمة بالتلفزيون الكويتي ، ولغزة الدراسة ٣ جوانب : أولها نظري ، ويختص بالدراما المستوردة كنمط من أشكال التلفيق الأجنبي في الكويت . والثاني تحليلي ، ويختص بتحليل مضمون عينة من المسلسلات المستوردة في التلفزيون الكويتي .. أما الثالث فهو ميداني ، ويختص بدراسة علاقة الجمهور الكويتي ورؤيته لهذه المسلسلات . وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية ، واستخدم الباحث المنهج المسحي في كل من جانبيه : التحليلي والتطبيقي .

لقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج ، أهمها أن نسبة قصص المسلسلات الأجنبية المؤلفة حصيصاً للتلفزيون تفوق نسبة قصص المسلسلات العربية المؤلفة حصيصاً للتلفزيون . وبالتالي ، فإن المسلسلات الأجنبية لها إمكانية احتوائها لمضامين قد تتعارض مع ثقافة المتلقين في مجتمعنا لم تقصد هذه المسلسلات مخاطبتهم على الإطلاق . كما احتلت مصر مكان الصدارة في إنتاج المسلسلات العربية ، وبالنسبة للمسلسلات الأجنبية فقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى بين الدول الأجنبية المنتجة للمسلسلات الأجنبية .

وعلى مستوى السلوك فقد احتلت السلوكيات السلبية في المسلسلات العربية نسبة أعلى من السلوكيات السلبية في المسلسلات الأجنبية . أما بالنسبة للمسلسلات الأجنبية فقد جاءت السلوكيات الإيجابية فيها بنسبة أعلى من السلوكيات الإيجابية في المسلسلات العربية . وأخيراً وجدت الدراسة أن أكثر من ٥٢% من المسبحون يفضلون المسلسلات الأمريكية ، وأن أكثر من ٤٣% يفضلون المسلسلات المصرية .

## ثانياً - الدراسات الأجنبية :

### ١- دراسة "دولا روتر" (٢٦):

أجريت الدراسة على ٢٦٥ طالباً جامعياً من مشاهدى المسلسلات الاجتماعية Soap Operas باستخدام صحيفة الاستبيان ، وقد كشفت نتائج الدراسة أن الذين يشاهدون المسلسلات بدوافع طقوسية ، ربما يكونون أكثر عرضة للتأثر بالرسائل التي تقدمها المسلسلات.

### ٢- دراسة "رودني جارفيث" (٢٧) :

استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء على عينة مكونة من ٣١٣ طالباً جامعياً من مشاهدى المسلسلات الاجتماعية لقياس دوافع للمشاهدة وإتقانها وسلوكها، وإدراك الغرس التلفزيوني. وعلى عكس المفترضات نظرية الغرس فقد توصل الباحث إلى حدوث غرس، ولكن بشكل محدود ومقيد بدوافع للمشاهدة النفعية، ومع كل من : مستويات المشاهدة الأعلى ، وطول فترة مشاهدة المسلسلات .

### ٣- دراسة "إليزابيث بيرس" (٢٨):

ركزت هذه الدراسة على موضوع المشاهدة التلفزيونية النشطة ، وعلاقتها بالغرس وتوصلت إلى أن الناس لا يشاهدون التلفزيون بطريقة ماثلة ، وأن التعرض الإجمالي ربما لا يكون مهماً في تكوين الفرد للواقع الاجتماعي .

### ٤- دراسة "بوتر" و "وتشايك تشين" (٢٩) :

اهتمت الدراسة باختيار استخدام مقاييس مختلفة للتعرض للتلفزيون ، بغرض تحديد أيها أكثرها فعالية للتنبؤ بحدوث الغرس الثقافي بين المراهقين ، وفي هذه الدراسة تم مقارنة التعرض الإجمالي بعدد من المقاييس الخاصة بقياس التعرض ، وهي التعرض لنوعيات محددة من البرامج والتعرض النسبي لكل نوعي من البرامج على حدة ، والوزن النسبي للتعرض ، ووضع الباحثان تعريفاً إحصائياً وقياسياً لكل مقياس على حدة .

وتكونت العينة من (٣٩٥) طالباً وطالبة في إحدى الجامعات الأمريكية وتم التحكم في المتغيرات الديموغرافية، مثل : الدخل ، السن ، النوع ، العرف ، مستوى تعليم ، وظيفة الأب والأم . واستنتجت الدراسة أن أفضل مقياس للتعرض للتلفزيون هو المقياس النسبي لمشاهدة نوعيات محددة من البرامج ،

## البحوث

وكانت أقل المقاييس المعيرة عن المشاهد التلفزيونية ، والتي يمكن أن تؤثر في نتيجة الغرس هي المشاهد الإجمالية للتلفزيون .

كما أشارت النتائج إلى أن الخوف من الجريمة ارتبط بنسبة التعرض للكارتون ، وارتبط الاعتقاد بأن السيدات يجب أن يعملن خارج المنزل سلبياً بمشاهدة عروض المغامرات والرياضة والبرامج التي تتضمن مشاهد عنيفة ، كما ارتبط إيجابياً الاعتقاد بضعف العلاقات الزوجية بمشاهدة المسلسلات ، بينما ارتبط سلبياً بمشاهدة برامج المغامرات والعنف.

### ٥- دراسة "كانج" و "مورجان" (٣٠):

حاولت هذه الدراسة أن توضح العلاقة بين التعرض لبرامج التلفزيون الأمريكية ومفاهيم الواقع الاجتماعي لدى عينة من طلبة الجامعة في كوريا ، وقد استهدفت الدراسة معرفة مدى غزو أمريكا الثقافتان لمقول ووجدان الكوريين عن طريق دراسة مساهمة برامج التلفزيون الأمريكية في تراجع القيم الكورية الخاصة بسلور الرجل والمرأة والآباء والأجداد والقيم الأسرية عموماً .

ولقد أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من ٢٢٦ طالباً جامعياً ، وتم التركيز على هؤلاء الذين يشاهدون ويتابعون برامج الشبكة الكورية للقوات الأمريكية المعروفة باسم AFKN التي تدار من جانب الجيش الأمريكي بكوريا ، ولا توجد عليها رقابة من قبل السلطات الكورية ، كما أن معظم برامجها مستوردة من أمريكا . ولقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج ، منها أن التعرض لقناة AFKN ارتبط بآراء ليبرالية حول أدوار كل من الذكور والإناث والقيم الأسرية بين الإناث ، بينما وجدت الدراسة أن لمشاهدة الكثيفة للتلفزيون الأمريكي بين الطلبة الذكور الكوريين ارتبطت بعداء أكبر للولايات المتحدة الأمريكية ودفاع أكبر عن الثقافة الكورية . كما أوضحت نتائج الدراسة أن التلفزيون الأمريكي قد يكون له تأثير عكسي في بعض الأحيان ، يتمثل في رفض الثقافة المستوردة ورفع الإدراك والوعي بأهمية الثقافة القومية على الأقل بين طلبة الجامعة المهتمين بالسياسة .

### ٦- دراسة "سانكو" و "جيان" وآخرون (٣١):

استهدفت هذه الدراسة تحديد أثر التعرض للدراما التلفزيونية على الانطباع العام حول الأطباء النفسيين ، وأجريت الدراسة في المجتمع الإنجليزي على عينة قوامها ٩١١ مفردة في المرحلة العمرية ١٢ عاماً فأكثر . وقد أكدت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون أن الدراما التلفزيونية وسيلة جيدة للتسلية، وأنها تعطي صورة واقعية للعاملين بالطب النفسي ، في حين أن المبحوثين الذين لهم اتصال مباشر بمريض

نفسى يجدون أن تجسيد المرضى النفسين في الدراما مقبول إلى حد ما ، ولكن النتائج لم تقدم أى دليل حول فكرة أن الدراما يمكن أن تدفع المشاهد إلى شراء دواء معين .

#### ٧- دراسة "شرام" (٢٢):

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة : هل هناك علاقة بين مشاهدة المسلسلات الاجتماعية الصباحية والتقديرات الخاصة بكل من معدلات الجريمة والبطالة والزواج ؟ وقد أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من ٥١ طالباً جامعياً .

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة هذه النوعية من المسلسلات والتقديرات الخاصة بالجريمة والزواج والبطالة، وقد أكدت هذه الدراسة أن مشاهدة برنامج معين تمثل مؤشراً جيداً للتنبؤ بالتقديرات الواقعية لمعدلات بعض الظواهر محل الدراسة.

#### الإطار النظري للدراسة :

تعتمد الدراسة في بنائها النظرى وتطوير فروضها على نظرية الغرس الثقالي Cultivation ، ويمكن تناولها كما يلى :

#### أولاً - جلور نظرية الغرس :

تقع نظرية الغرس الثقالي Cultivation Theory ضمن النموذج المحتدل الذى يتميز بالتوازن بحيث لا يفرط في تصور قوة وسائل الإعلام ، ولا يهون من قوة هذه التكنولوجيا وآثارها الاجتماعية ، كما أنه ينطلق من فرضية التراكم ليقس الآثار طويلة المدى لوسائل الإعلام خارج حدود المعمل والظروف الصناعية (٢٣).

وتسرجع الأصول النظرية " لنظرية الغرس الثقالي" إلى مشروعات المؤشرات الثقالية ، التى تتكون من ثلاثة عناصر/مكونات ، وهى :

- ١- تحليل العملية المؤسسية للإعلام بمعنى دراسة سياسات الاتصال في علاقتها بمضمون الوسائل الإعلامية ، وفي هذا الإطار يمكن طرح سؤال : هل الدراما العربية الموجهة، غططة أم لا ؟
- ٢- تحليل محتوى الرسائل الإعلامية وتحديد الأفكار والقيم وأنماط السلوك الأكثر شيوعاً وتكراراً في عالم التلفزيون وخاصة المحتوى الدرامى .

## البحوث

٣- تحديد الإسهام المستقل للتلفزيون في تكوين المشاهدين للواقع الاجتماعي ، أى غرس تصورات وقيم لدى المشاهدين والغرس هو المكون الثالث لهذا المشروع ، وهو النهاية الطبيعية لثلاث مراحل : عقلية ونفسية ومعينة .

### ثانيا - تعريف عملية الغرس :

إذا كانت الثقافة حسب تعريف "تايلور" هي : كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك ، فإنه يمكن تعريف الغرس على أنه "زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية، تقوم بها مصادر المعلومات والخبرات لدى من يتعرض لها وخاصة وسائل الإعلام" ، وقد أصبح مصطلح الغرس منذ منتصف الستينات يرتبط بالنظرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون.

والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي : التنشئة الاجتماعية على أساس أنه بقدر ما يشترك الناس في شبكة الثقافة ، فيلهم يتحدون معاً على أساس من الوعي الجماعي (٣٤) . وعملية الغرس هي ظاهرة معرفية تتعلق بدور التلفزيون في إكساب الفرد قيم واتجاهات معينة ، وهي عملية تعلم غير هادف أو غير مباشر ، يكتسب الفرد من خلالها بطرق غير واعية الحقائق الديموجرافية والدروس والقيم المتضمنة في عالم " التلفزيون " على مدى زمن طويل نسبياً ، ويعبرون عن ذلك في صورة تقديرات واستخلاصات (٣٥) ، وربما كان ذلك أحد أهم أسباب عظورة الغرس الثقافي الذي يتم بشكل غير مباشر من جانب الفرد .

### الفروض الأساسية لنظرية الغرس الثقافي (٣٦):

تقوم نظرية الغرس الثقافي على ٥ فروض رئيسية هي :

١- أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية للتعلم ، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تربط عناصر الوجود التي تعادل تكون الوعي المشترك أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الاعلام .

٢- أن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى ينفرد التلفزيون بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور ، وأن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع .



٣- ويدور حول التعرض التراكمي للتلفزيون ؛ حيث إن علق وجهات نظر وغرس ومعتقدات لدى آخرين يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم التلفزيون .

٤- يرتبط بتماثل وسائل التلفزيون حيث " يقدم التلفزيون علما متماثلا من الرسائل الموحدة والصور المستكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصور بها من خلال التلفزيون .

٥- يؤكد وجود ارتباط قوى بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي ، بحيث تتشابه إدراكات كثيفة للمشاهدة ، ويظهرون إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الموضوعي .

كما يشير الفرض الأساسي لنظرية الغرس التثاقلي إلى أن "تميل العينة كثيفة المشاهدة إلى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي أكثر من عينة منخفضة المشاهدة"<sup>(٣٨)</sup> .

### المتغيرات الأساسية في بحث الغرس الثقافي<sup>(٣٨)</sup> :

#### المتغير المستقل :

هو التعرض للتلفزيون ، ثم قياس التعرض للتلفزيون عن طريق السؤال المباشر عن عدد الساعات التي يقضيها الباحث أمام الشاشة التلفزيون . ويرى "جرينر" أن حجم المشاهدة المؤشر الأكثر ارتباطا بعملية الغرس ، وأن كثيفي المشاهدة يتعرضون بالسعة وليس بالبرنامج وقسم الباحثين إلى : كثيفي المشاهدة ونادري المشاهدة تمهيدا لتحديد أثر الاختلاف، في التعرض على الاختلاف في متغير "الغرس".

والمشاهدة الكثيفة ليست مفهوما كما فقط ، وإنما هي مفهوم كمي كذلك ، وحتى يتم التأكد من عمق تعريفات الموقف ينبغي النظر إلى المضمون الذي يشاهده كثيفو المشاهدة وطرق تفسيرهم لهذه المضامين . وقد عني "جرينر" أساساً بالفرقة بين كثيفي التعرض، وأطلق عليهم مصطلح (التلفزيونيون) وقليل المشاهدة المرتبطين أكثر بالواقع من حولهم ، كما فرق بين أثر الغرس لدى كل منهم بمقياس Cultivation Differentiation حيث يركز على الاختلاف بين نسب الإجابات التلفزيونية التي يقدمها الباحث داخل الجامعات المقارنة .

### المتغير التابع :

وهو "الغرس" وهو عبارة عن استجابة المبحوثين بإعطائهم إجابات تتضمن معتقداتهم وتصوراتهم وتقديراتهم لموضوع البحث . وقد شملت دراسة المتغير التابع : الجريمة والعنف ( جويرنر ١٩٧٧ ) والتوجهات السياسية (مورجان دسجنوريلي ١٩٨٢) وإدراكات الرفاهية ( فوكس وفيلير ١٩٧٨ ) وإدراك المبحوثين للإنجازات العلم والأدوار النمطية للرجل والمرأة .

ويمكن النظر إلى متغير الغرس على مستويين آخرين هما : المستوى الشخصي ، ويتضمن إصدار الفرد لأحكام ومعتقدات حول استعداده للجريمة أو خوفه منها وتقدير فرض الوقوع ضحية ، والمستوى الاجتماعي المتمثل في إصدار الفرد لأحكام ومعتقدات تتصل بآخرين مثل : تقدير وقوع أصدقائه ومعارفه وغيرها ضحايا للجريمة أو تورطهم فيها ، وخصائص المجرمين وقيمهم وأدوارهم .

### المتغيرات الوسيطة (٣٩) :

هناك عديد من المتغيرات التي قد تتدخل في العلاقة بين مشاهدة التلفزيون ، وحدث تأثيرات الغرس مما قد يزيد من قوة هذه العلاقة ، ومن أهم هذه المتغيرات :

#### • إدراك والقيمة المضمون :

وتقسم واقعية المضمون إلى ٣ فئات :

- ١- تعريف الواقعية من خلال الرسالة نفسها .
  - ٢- الربط بين إدراك واقعية المضمون والمتلقى .
  - ٣- التوصل إلى تعريف خاص بمفهوم إدراك واقعية المضمون - ويمثل هذه الفئة "بوتر" الذي وضع تعريفا لإدراك واقعية المضمون ، يعتمد على الأبعاد الآتية :
- ( أ ) النافذة السحرية Magic Window : وهو يشير إلى الدرجة التي يعتقد المشاهد أن محتوى التلفزيون هو تمثيل للحياة الحقيقية .

(ب) التعلم ( النفعة ) Utility : يقصد بالتعلم مدى شعور المشاهدين بأن المحتوى التلفزيوني يقدم إليهم معلومات في عديد من الموضوعات ، مثل كيفية إقامة علاقات اجتماعية ، وكيفية حل المشكلات ؛ حيث يمكن أن يستعملوا هذه المعلومات في حياتهم الحقيقية .

(جـ) التوحيد Identity : يركز هذا البعد بصفة أساسية على الدرجة التي يتطور بها المشاهد علاقته مع الشخصيات التلفزيونية ، فلا يعني هذا أن الشخص الذي يبنى علاقة تآلف وتقارب مع شخصية أو عدة شخصيات تلفزيونية هو شخص غير متوازن فعليا ، أو أنه غير قادر على التفرقة بين عالم التلفزيون والعالم الحقيقي .

### أهم المفاهيم التي أضيفت إلى نظرية الفريس :

( أ ) الاتجاه السائد Mainstreaming :

يتضمن هذا المفهوم بعدين أساسيين :

الأول : يتمثل في سمي التلفزيون إلى تقديم وسائل ثابتة ومتجانسة بلذبة عدد كبير من الجماهير ، حيث يوفر التلفزيون مجموعة محدودة من الاختيارات في مواجهة عدد غير محدود من الاهتمامات والموضوعات ، وهو ما يتضح من خلال البرامج التلفزيونية التي وضعت لأسباب تجارية بحيث تناسب الجميع ، لاغية عديداً من الحدود مثل العمر ، الطبقة ، الدين .

أمسا الثاني : فيقصد به مشاركة كثيفي المشاهدة في هذه الصور والمحتدات العامة التي يفرسها التلفزيون ، وبالتالي تتلاشى الاختلافات الناتجة عن العوامل الاجتماعية في حين أن منخفضي أو قليلي المشاهدة لديهم صور مختلفة عن هذا الواقع .

ويعر "جرينز" عن ذلك من خلال ما أطلق عليه "B'S" 3 :

١- التلاشي Blurring - أي تلاشي الاختلافات التقليدية بين الأفراد وذوئها .

٢- الاندماج Blending - بمعنى اندماج المفاهيم في الاتجاه السائد للثقافة التلفزيونية .

٣- الخضوع Bending - وهو تشكيل الاتجاه السائد طبقا لوسيلة وعزولها .

( أ ) التضخيم ( الرنين ) Resonance :

يسرى "جرينز" وزملاؤه أن تطابق ما يراه الأفراد في عالم التلفزيون مع الواقع المحيط بهم يزيد من تأثيرات الفريس ، بحيث يصبح الأفراد كأنهم قد تعرضوا لجرمة مزدوجة ، وهو ما يطلق عليه التضخيم أو الرنين . وقد أشار عديد من الدراسات التي أجريت حول العنف التلفزيوني إلى تضخم تأثير المواد التلفزيونية التي تحتوي على عنف على هؤلاء ، الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ، وهو ما يؤدي إلى ترسيخ مفهومهم عن الحياة لممارسة العنف .

### مستويات الفرس :

أشار كل من "هوبكينز" و "بينهرى" ١٩٨٢ إلى أن هناك تفرقة أساسية بين نوعين من المقاييس :

#### أولا : مقاييس المستوى الأول First Order Measures

يشير هذا المستوى إلى التقديرات . الكمية لحدوث شيء معين .. على سبيل المثال سؤال البحوثيين عن تقديرهم لفرص وقوعهم صحيحة من كل ١٠٠,٠٠٠ .

#### ثانيا : مقاييس المستوى الثاني Second Order Measures

ويهتم هذا المستوى بتحديد المعتقدات التي يفرسها التلفزيون عن العالم الحقيقي ، مثل : سؤال المبحوثين عن مدى اعتقادهم بوجود صفة الإغلاص عند عامة الناس .

#### أهم الانتقادات التي وجهت إلى نموذج الفرس<sup>(١٠)</sup> :

على الرغم من أن نموذج الفرس حظى بتأييد عديد من الباحثين ، إلا أنه واجه أيضا ومنذ بدايته عديداً من الانتقادات الحادة ، والتي تتمثل فيما يلي :

١- تواضع الدليل البحثي الملاحظ للفرس حين يمكن أن يشاهد منخفضو مشاهدة التلفزيونية أكثر من ٧ ساعات أسبوعياً ، وفي ظل ثبات الرسائل والصور المعروضة إضافة للتعرض التراكمي .. فإن كل فرد تقريبا يمكن أن يتأثر بغض النظر عن الكمية التي يشاهدها ، وبالإضافة إلى ذلك .. فإن الحياة في البيئة الثقافية مع كثيفي مشاهدة قد تساعد منخفضي مشاهدة ، حيث يمكن أن يحصلوا على المعلومات عن طريقهم .

٢ - تساءل عدد من الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الفرس ؛ إذ أظهرت معظم الدراسات معاملات ارتباط تستراوح ما بين ١٢ وإلى ٢٠ ، وهو ما يدل على ضعف العلاقة بين مشاهدة وتأثيرات الفرس أو عدم وجودها أصلا وهو ما ذهب إليه بعض الباحثين.

ولكن هذا لا يعني - كما ذهبوا - الشك في مصداقية بحوث الفرس ، إذ إن الضعف في معاملات الارتباط يمكن إرجاعه إلى :

■ أسباب تتعلق بأوجه النقص التي يعاني منها المقياس نفسه .

■ طبيعة الدراسات الاجتماعية التي تتناول إحدى الظواهر الإنسانية ، حيث تتميز هذه الظاهرة بستعداد أسبابها ، وفي الوقت نفسه فإن هناك صعوبة في السيطرة على المبحوث والتحكم فيه ، وهي مشكلة عامة تشترك فيها كل الدراسات الإنسانية .

٣- واجه النموذج انتقادات حادة في النقطة المتعلقة بإحتمالية زيف العلاقة بين التعرض وتأثيرات الغرس ، في حالة عدم توضيح المتغيرات المؤثرة في العلاقة ، وقد أشار Hughes إلى أهمية إدخال عديد من المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية كوحدة واحدة في التحليل .

٤ - يرتبط بالنقطة السابقة احتمالية وجود عدة متغيرات أخرى ، تشترك في إحداث التأثير .

٥ - وجه أيضا عدد من الباحثين انتقادات منهجية للغرس على النحو التالي :

( أ ) قد تعكس تأثيرات الغرس ميل الناس العام إلى التضحية والمبالغة ، حيث إن من يبالغ في احتمالات وقوعه ضحية لإحدى الجرائم ، قد يبالغ أيضاً في تقدير ساعات تعرضه للتليفزيون . وقد سعت الدراسات فيما بعد إلى محاولة الحصول على إجابات دقيقة عن المشاهدة من خلال الأسئلة غير المباشرة ، أو السؤال بأكثر من طريقة ، بحيث يحصل الباحث على الإجابة القريبة من الصحة .

( ب ) قد تعكس نتائج الغرس تأثيرات أداة القياس حيث إن الأسئلة التقليدية تركز على العنف والجريمة ، وبالتالي ترفع من درجة وهي المبحوث بهذه الموضوعات .

( ج ) قد ترجع النتائج إلى الصياغة المتحيزة للمبارات التي تصاغ دائما بطريقة سلبية تعد أكثر احتمالاً لأن ينتج عنها تأثيرات للغرس أكثر من العبارات الإيجابية .

( د ) هناك مشكلة منهجية أخرى تمثل في: صعوبة تحديد الإجابة التليفزيونية ، وهذه المشكلة تتضح بشكل أكبر مع مقاييس المستوى الثان ، حيث إن الإجابات التليفزيونية على هذا المستوى لا بد وأن تستنتج . وقد وجه النقد "لجرنر" لعدم توضيحه لكيفية التفرقة بين الإجابة التليفزيونية وإجابة العالم الحقيقي فيما يتعلق بالاختراب . والحقيقة أن هذه المشكلة ترتبط بشكل أو بآخر بمقاييس المستوى الأول ، الذي يعتمد في تحديد الإجابة التليفزيونية عن تحليل المضمون ، والذي يعاني بدوره من وجود احتمال لعدم اتفاق نظرة المشاهدين لأحداث التليفزيون مع العلماء والباحثين القائمين بتحليل المضمون . وطبقا لما قاله "نيوكومب" ١٩٧٨ New Comb فإن تحليل المضمون الذي يتم على إطار بحوث الغرس يميل إلى تجاهل السياق العام للصور المعروضة .

## البحوث

٦- واجه النموذج - أيضا - عدة انتقادات حول مدى نجاح تطبيقه في دول أخرى غير الولايات المتحدة ، فعلى سبيل المثال : لم يستطع "وير" ١٩٧٨ إثبات صحة فروض النموذج في الدراسة التي أجراها في بريطانيا ، ومن مصر أيضا لم تتمكن "حنان عزت" من إثبات فروض النموذج من خلال دراستها ، التي أجرتها على عينة من خلال للدارس الثانوية فيما يتعلق بدور الدراما الأمريكية Soap opera في إدراك الطلاب للعلاقات الاجتماعية .

ورغم الانتقادات التي وجهت للنظرية ، إلا أن "جرنر" يؤكد قوة العلاقة بين وسائل الإعلام ونقل قيم أو مفاهيم معينة للجمهور .

## الاتجاهات الحديثة :

١ - أظهر بعض الباحثين أن تأثيرات الغرس تكون أقوى عندما يتم قياس مضمون نوع معين من برامج التلفزيون بدلا من المشاهدة الكلية للتلفزيون .

٢ - الأخذ في الحسبان سياق التعرض لما يعرض في التلفزيون ، فالمشاهدون الذين يتعرضون لبرعات كثيفة ، من الواضح أنه لا يوجد دوافع تلغفهم للمشاهدة ، والعنف العشوائي في التلفزيون ربما يجعل البعض يحسون بأن العالم مكان مخيف لا يمكن للعيشة فيه ، أكثر من هؤلاء الذين يشاهدون أحداث عنف مبررة يتم استخدامه لتحقيق العدالة والسيطرة على المجرمين . وهناك بعض الدراسات الحديثة تضع بعض للتغيرات الوسيطة في الحسبان عند استخدام نظرية الغرس مثل : إدراك واقعية ما يشاهد ، والنشاط أثناء المشاهدة ودوافع المشاهدة ، والارتباط بالمشاهدة أو الصلة بها <sup>(٤١)</sup> .

٣ - استخدم التصميم التجريبي لدراسة تأثيرات الغرس . فعلى الرغم من أن مدخل الغرس التقليدي يرفض دراسة تأثيرات الغرس بهذا التصميم إلا أن "روسلر" و"بروسوس" Rossler and Brosius استخدموا هذا التصميم ، وبينت نتائج دراستهما أن تأثيرات الغرس تحدث على مستوى كل من المطلقين الأول والثاني . وقد كانت دراستهما خاصة بتأثيرات الغرس التي تحدث للمراقبين من مشاهدة البرامج الحوارية Talk Shows ، إلا أنهما وجدا أن هذه التأثيرات خاصة بقضايا معينة دون قضايا أخرى <sup>(٤٢)</sup> .

فعلى الرغم من أن دراسات الغرس التقليدية خاصة بالنتائج العامة والدائمة للتعرض المتراكم لوسائل الاتصال ، ومن ثم لا يتناسب التصميم التجريبي مع هذا النوع من البحوث كما يرى أنصار الغرس التقليديون ، يجد آخرون أن هذا التصميم مناسب لعدة أسباب ، أهمها أنه لا يمكن قياس

## البحوث

التأثيرات لنوع معين genre أو مادة بعينها ، وليس التلفزيون ككل ، وأن التصميمات التحريرية يمكن أن تشبه التأثيرات على المدى البعيد long-term والتراكمية المتخيلة conceived cumulative إذا كانت مصممة بحيث أن تشتمل على ظروف التعرض للمتنوعة Prolonged<sup>(١٧)</sup>.

### نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى توصيف واقع الدراما العربية المقدمة عبر الفضائيات ، وأثره على إدراك فئات الجماهير للواقع الاجتماعي للمرأة بما يقدمه من سلبيات وإيجابيات ؛ أي إن الدراسة تسعى أيضاً إلى التفسير ؛ حيث يرى البعض<sup>(١٨)</sup> أن كل الدراسات الوصفية ينبغي أن تتعدى حدود الوصف لقياس العلاقة بين المتغيرات الوسيطة والناجمة .

### منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على المنهج المسحي ، وفي إطاره يتم مسح رسائل الدراما المقدمة عبر الفضائيات العربية لمدة شهرين كاملين ، وسيتم مسح عينة من الشباب العربي والمصري الذي يتعرض لهذه الدراما . ولذا ، فالمنهج المسحي هو أنسب المنهج لقياس أهداف الدراسة .

### حجم وتوزيع عينة الدراسة التحليلية :

تم إجراء دراسة استطلاعية على ٤٠ شاباً وفتاة مصريين و ١٠ طلاب عرب لتعرف أهم القنوات التي يشاهدون فيها الدراما العربية ، من خلال معامل ارتباط الرتب ، واتضح أن هناك ارتباطاً إيجابياً كبيراً بين تفضيلات أفراد الجمهور لهذه القنوات بمعامل القرب من ٨٧ ، ومع ملاحظة أنه تم اعتبار القنوات العربية المفتوحة على الدش ؛ حتى تكون هناك فرصة متساوية للجميع في المشاهدة .

ومُنِطت عينة الدراسة في ١١٤٠ مشهداً تشمل أفلاماً ومسلسلات وتمثيلات (التمثيلية اليومية لسلطة أو القناة بالإضافة إلى فيلم أو تمثيلية السهرة) على اعتبار أن هذه المواد ربما تكون من أكثر المواد قبولاً من جانب المشاهدين ، وجاء إجمال العينة كما يلي :

جدول (١) : توزيع عينة الدراسة التحليلية بالمشاهد .

النسبة	عدد المشاهد	القناة
٧٦	٨٦٥	دراما مصرية
٢٤	٢٧٥	دراما عربية
١٠٠	١١٤٠	الإجمالي

### حجم وتوزيع عينة الدراسة الميدانية :

تم المسح لمدينة عشوائية متعددة المراحل بلغ حجمها ٣٠٠ مفردة من الذكور والإناث في المستويات العمرية والاجتماعية المختلفة ( ٢٠٠ من المصريين و ١٠٠ من العرب ). وقد كانت هناك صعوبة في الوصول إلى الجمهور العربي ، وتم اللجوء إلى نادى طلاب الإمارات والسفارة الليبية والسعودية ، بالإضافة إلى الفلسطينيين المقيمين في مصر لاستكمال عينة الجمهور العربي ، وتم سحب عينة الجمهور المصري من هيئة النقل العام ، ونادى الزمالك لتمثيل المستويات الاجتماعية المختلفة .

جدول (٢) : توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب النوع .

نوع الجنس	مصريين	عرب	الإجمالي
ذكور	١٠٠	٥٠	١٥٠
إناث	١٠٠	٥٠	١٥٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠

جدول (٣) : توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب السن .

نوع الجنس	مصريين	عرب	الإجمالي
من ١٨ - ٣٠	١٠٠	٥٢	١٥٢
من ٣١ - ٤٠	٦٠	٣٠	٩٠
أكثر من ٤٠	٤٠	١٨	٥٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠

جدول (٤) : توزيع عينة الدراسة الميدانية حسب المستوى الاجتماعي .

نوع الجنس	مصريين	عرب	الإجمالي
مرتفع	٤٤	٧١	١١٥
متوسط	١٠٥	١٩	١٢٤
منخفض	٥١	١٠	٦١
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠



### فروض الدراسة التحليلية :

تميل الدراما المصرية إلى إظهار المرأة بشكل سلبى أكثر من الدراما العربية الأخرى .  
تميل الأفلام العربية إلى إظهار المرأة بشكل سلبى أكثر من المسلسلات أو التمثيليات العربية .  
تميل الدراما العربية إلى إظهار المرأة بشكل إيجابى فى الأدوار الثانوية أو الهامشية فقط ، وتميل إلى إظهارها بشكل سلبى أكثر فى الأدوار الرئيسية .  
هناك اختلاف فى أبعاد الصورة التى تقدم بها المرأة فى الأعمال الدرامية العربية ، فبينما تميل الدراما المصرية إلى إظهار أبعاد الصورة السلبية على مستوى الشكل تميل الدراما العربية إلى إظهار أبعاد الصورة السلبية على مستوى المضمون .

### متغيرات الدراسة التحليلية :

- تمثلت متغيرات الدراسة التحليلية فيما يلى :
- جنسية البلد المنتج للدراما ( مصرى - عربى ) .
- القالب الفنى ( فيلم - مسلسل - تمثيلية ) .
- طبيعة الدور ( رئيسى - ثانوى - هامشى ) .
- أبعاد الصورة السلبية ( الشكل - المضمون ) .

### أداة جمع بيانات الدراسة التحليلية :

تمثلت فى تصميم استمارة تحليل مضمون مصممة لتغطية الأبعاد الأساسية للدراسة ، واشتملت على الملامح والسمات الموضوعية والشكلية لظهور المرأة فى الدراما العربية والمصرية .

### فروض الدراسة الميدانية :

- ١ - كلما زاد تعرض الجمهور للدراما العربية ، زاد إدراكه لصورة المرأة بشكل أقرب إلى الصورة المقدمة من خلال التلفزيون .
- ٢ - توجد فروق دالة إحصائية فى إدراك الجمهور المصرى ، مقابل العربى لصورة المرأة المقدمة عبر التلفزيون ، حيث يزداد إدراك هذه الصورة لدى المصريين .
- ٣ - توجد فروق دالة إحصائية فى إدراك الذكور والإناث لصورة المرأة المقدمة عبر التلفزيون ، حيث يزداد إدراك هذه الصورة لدى الذكور عنه ولدى الإناث .
- ٤ - كلما زاد السن زاد إدراك الجمهور لصورة المرأة بشكل أقرب للمعالجة التلفزيونية

## البحوث

٥- كلما زاد المستوى الاجتماعي زاد إدراك الجمهور لصورة المرأة بشكل أقرب إلى المعالجة التلفزيونية.

### متغيرات الدراسة الميدانية :

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغير التابع
التعرض للدrama العربية	١- معدل التعرض (مرتفع - متوسط - منخفض) . ٢- الجنسية (مصريون - عرب) . ٣- النوع (ذكور - إناث) . ٤- السن (كبار - متوسط - صغار) .	إدراك الصورة بشكل أقرب إلى المعالجة التلفزيونية .

### أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية :

تم الاعتماد على تصميم استمارة استبيان مقننة ، شملت الأبعاد الأساسية للدراسة واهتمت بقياس طبيعية ومعدلات التعرض للدrama واتجاه وإدراك الجمهور لصورة المرأة ، وما إذا كانت مقارنة للواقع التلفزيوني أم لا من وجهة نظرهم .

### أساليب القياس في الدراسة التحليلية :

■ تم الاعتماد على وحدة المفردة ، وهي هنا وحدة الفيلم والحلقة بالإضافة إلى وحدة المشهد ووحدة الشخصية ووحدة الزمن لحساب إجمال المشاهد ، التي ظهرت فيها المرأة مقارنة ببقية المشاهد ، أما وحدة الشخصية فكانت أساسية للوقوف على أهم أبعاد الشخصية .

### أساليب القياس في الدراسة الميدانية :

تم الاعتماد على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة وشبه المغلقة ، وعدد من المقاييس لقياس الاتجاهات والإدراك لصورة المرأة ، وبعض الأساليب الإسقاطية لقياس إدراك صورة المرأة .

### الصدق والثبات في الدراسة التحليلية :

تم قياس الصدق من خلال :

- ١- تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وأبعاد الدراسة .
- ٢- عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات .
- ٣- تحليل ١٠% مع أربعة من المرمزين ، وكانت نتائجهم ٩١ ، ٩٢ ، ٩٣ ، ٩٤ ، ٩٤ ، ٩٦ بمتوسط ٩٣,٥% وهو معامل صدق عالٍ .

## الصدق والثبات في الدراسة الميدانية :

- ١ - تم قياس الصدق ، من خلال :
- ١ - تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وأبعاد الدراسة .
- ٢ - عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات .
- ٣ - إجراء اختبار قبلي على ٣٠ مفردة من المصريين يمثل ١٠% ؛ حيث كانت هناك صعوبة في الوصول إلى الجمهور العربي في هذه المرحلة .

## نتائج الدراسة :

ويمكن تقسيمها كما يلي :

### ١- أولاً - نتائج فروض الدراسة التحليلية :

جدول (٥) : العلاقة بين جنسية البلد المنتجة للدراما والصورة التي ظهرت بها المرأة .

الجنسية	الصورة	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالي
دراما مصرية	١٢٤	٧٠٩	٣٢	٨٦٥	
دراما عربية	١٢	١٤١	١٢٢	٢٧٥	
الإجمالي	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠	

كما<sup>٢</sup> المحسوبة ٢٩٩ < كما<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل

التوافق ٠,٥

تم تحديد جنسية المادة الدرامية باعتبار جهة الإنتاج ، بمعنى أن القنوات العربية التي أذاعت مسلسلات أو أفلاماً مصرية تم إدراجها ضمن الأعمال المصرية ، وقد اتضح من الجدول السابق أن صورة المرأة تم إدراجها في ثلاث فئات وهي تقديمها بشكل إيجابي أو سلبى أو محايد ، وقد اتضح أيضاً أن قيمة كما<sup>٢</sup> المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين جنسية الدراما وطبيعة الصورة التي تقدمها عن المرأة ، حيث تميل الدراما المصرية إلى تقديم المرأة بصورة أكثر سلبية من مثيلتها العربية ؛ مما يؤكد صحة الفرض الأول ، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع المصرى كمجتمع أكثر انفتاحاً ، وأكثر إنتاجاً للأعمال الدرامية مقارنة ببقية المجتمعات .

### البحوث

وعند قياس قوة العلاقة بين المتغيرين ثبت أن قيمة معامل التوافق ٠,٥ وهي قيمة مرتفعة جدًا إذا ما قارناها بمستوى معنوية ١,٠٠ أى درجة ثقة تكاد تقترب من ١٠٠% مما يؤكد صحة الفرض الأول .  
جدول (٦) : العلاقة بين القالب الفني للدراما والصورة التي ظهرت بها المرأة .

القالب الفني / الصورة	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالي
أفلام	٩٦	٤٣٨	٨٠	٦١٤
تمثيلات ومسلسلات	٤٠	٤١٢	٧٤	٥٢٦
الإجمالي	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠

كأ<sup>٢</sup> المحسوبة ١٧,٣٩ < كأ<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,١٢

تم تحديد القالب الفني وتقسيمه ما بين الأفلام من ناحية والتمثيلات والمسلسلات من ناحية أخرى، وقد اتضح من الجدول أن قيمة كأ<sup>٢</sup> المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين القالب الفني والصورة التي تظهر بها المرأة، حيث تميل التمثيلات والمسلسلات إلى تقديم المرأة بصورة سلبية أقل من الأفلام ، ولكن الفارق بينهما ليس كبيراً ؛ إذ إنه عندما تم قياس قوة العلاقة بين المتغيرين لم تتجاوز قيمة معامل التوافق ٠,١٢ وهي قيمة ضعيفة مما يؤكد وجود ارتباط ضعيف بين القالب الفني والصورة التي تظهر بها المرأة ، وهذا يثبت صحة الفرض الثاني .

جدول (٧) : العلاقة بين طبيعة الدور الذي ظهرت به المرأة والصورة المقدمة عنها .

طبيعة الصورة / طبيعة الدور	إيجابية	سلبية	محايدة	الإجمالي
رئيسي	٥١	٣٩٢	١٣٩	٥٨٢
ثانوي	٦٧	٢٠٣	١٥	٢٨٥
هامشي	١٨	٢٥٥	—	٢٧٣
الإجمالي	١٣٦	٨٥٠	١٥٤	١١٤٠

كأ<sup>٢</sup> المحسوبة ١٥٨,٥ < كأ<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل التوافق ٠,٣٤

## البحوث

تم تقسيم الأدوار التي تقوم بها المرأة إلى : أدوار رئيسية تمثل العمود الفقري للعمل الدرامي ، وأدوار ثانوية تمثل أدواراً مكملية للعمل الدرامي ، وأخيراً أدوار هامشية لا تمثل أهمية كبرى .

وقد اتضح ميل صناع وكتاب الدراما لحصر المرأة في أدوار ثانوية أو هامشية عند الحديث عن الإيجابيات ، أما تقديمها بصورة سلبية فيتركز في الغالب في الأدوار الرئيسية ، وهو الدور الذي يحظى بمعدلات مشاهدة عالية من جانب المشاهدين . وقد اتضح أيضاً أن قيمة كاتبة المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية ؛ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة الأدوار التي تظهر بها المرأة ، ومدى إيجابية أو سلبية الصورة التي تقدم بها مما يثبت صحة الفرض الثالث . وعند قياس قوة العلاقة تم حساب قيمة معامل التوافق فبلغت ٠,٣٤ ، كما تم حساب قيمة معامل بيرسون للارتباط فبلغ ٠,٣ وهي قيمة ليست ضعيفة، إذا ما نظرنا لانخفاض مستوى المعنوية أو ارتفاع درجة الثقة بشكل يقارب ١٠٠% مما يثبت صحة الفرض الثالث .

جدول (٨) : العلاقة بين أبعاد تناول وطبيعة الصورة التي ظهرت بها المرأة .

الإجمالي	محايدة	سلبية	إيجابية	الصورة الأبعاد
٦٥١	٩٦	٤٥٩	٩٦	المضمون
٤٨٩	٥٨	٣٩١	٤٠	الشكل
١١٤٠	١٥٤	٨٥٠	١٣٦	الإجمالي

كاتبة المحسوبة ١٥,١ < كاتبة الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠١ ومعامل التوافق ٠,١١

تم تقسيم الأبعاد التي تتناول للمرأة إلى بعدين أساسيين : للمضمون ويتمثل في الدور الذي تقدم به للمرأة والقيم والسلوكيات التي تقدمها عبر العمل الدرامي وطبيعة أو نمط التفكير والوسائل التي تعتمد عليها ، أما الشكل فيتمثل في الملابس والشكل الذي تظهر به المرأة ومكياجها في البيئة ، التي تقدم في إطارها وغيرها من العناصر الشكلية .

وقد اتضح تركيز صناع الدراما على إظهار الصورة السلبية للمرأة على مستوى الشكل أكبر من المضمون ؛ حيث إن قيمة كاتبة المحسوبة كانت أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٠١ ولكن الارتباط ليس كبيراً حيث إن قوة معامل التوافق بلغت ٠,١١ فقط ؛ أي إن هناك ارتباطاً بين المتغيرين ، وهذا يثبت صحة الفرض الرابع . أما ملامح الصورة الإيجابية فتمثلت في إنكار

## البحوث

الذات والتضحية والوفاء وتحمل الظروف القاسية والوقوف بجانب الزوج والطموح والذكاء والنشاط والجمال والأناقة ، وبالنسبة للملامح الصورة السلبية تتمثل في ظهور المرأة بدنية وقبيحة وربة منزل فقط ومثير جنسى وخطف الزوج من الزوجة والمكيدة واستغلال النفوذ والرشوة بالجنس والاستغلال والجهل والأمية والشراعة في الأكل والألفاظ البذيئة والنفاء والاحتيايل وغيرها من الصفات الأخرى .

### نتائج فروض الدراسة الميدانية :

جدول (٩) : العلاقة بين كثافة التعرض وإدراك صورة المرأة بمقياس ليكرت .

التعرض / الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مرتفع	١١٦	٤٠	٢٥	١٨١
متوسط	٢٥	٢٧	٢٦	٧٨
منخفض	٢٢	٥	١٤	٤١
الإجمالي	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٢٩,٦ < كا<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل

التوافق ٠,٣

تم تقسيم كثافة التعرض لثلاثة مستويات بناء على عدد ساعات المشاهدة ، وتم قياس أثر الفرض باستخدام عدم حمل بمقياس "ليكرت" واتضح من الجدول وجود علاقة بين معدل التعرض وإدراك صورة المرأة ؛ حيث إن قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يثبت صحة الفرض الأول جزئياً، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣ وبيرسون ٠,٢ .

جدول (١٠) : العلاقة بين كثافة التعرض وإدراك صورة المرأة بالأسلوب الإسقاطي .

التعرض / الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مرتفع	٩٢	٤٥	٤٤	١٨١
متوسط	٣	٣٧	٣٨	٧٨
منخفض	٥	٣٠	٦	٤١
الإجمالي	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٨١ < كا<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل

التوافق ٠,٥

## البحوث

تم قياس الارتباط من خلال علاقة الترخّص بالفرس ، ولكن باستخدام الأسلوب الإسقاطي ، واتضح النتائج نفسها حيث كانت قيمة كآ<sup>٢</sup> المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية ، كما بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٥ ومعامل "بيرسون" ٠,٣ ، وهى قيم كبيرة بالنظر لارتفاع درجة الثقة مما يثبت صحة الفرض الأول كلياً .

جدول (١١) : العلاقة بين جنسية الجمهور وإدراك صورة المرأة باستخدام مقياس ليكرت .

الإدراك	الجنسية			
	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مصرى	١١٢	٥٠	٣٨	٢٠٠
عربى	٥١	٢٢	٢٧	١٠٠
الإجمالي	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كآ<sup>٢</sup> المحسوبة ٢,٥ > كآ<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومعوى معنوية ٠,٢٨ .

لم يتضح أثر للجنسية في أثر الفرس على الجمهور ؛ حيث كانت قيمة كآ<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية ؛ مما يثبت عدم وجود علاقة بين للتفرين فسواء المصريين أو العرب يميلون إلى إدراك صورة المرأة بشكل أقرب للمعالجة التليفزيونية ؛ مما يثبت عدم صحة الفرض الثانى جزئياً .

جدول (١٢) : العلاقة بين جنسية الجمهور وإدراك صورة المرأة باستخدام الأسلوب الإسقاطي .

الجنسية	الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مصري	٧٢	٧٢	٥٦	٢٠٠	
عربي	٢٨	٤٠	٣٢	١٠٠	
الإجمالي	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠	

كآ<sup>٢</sup> المحسوبة ١,٥ > كآ<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومعوى معنوية ٠,٣٨ .

بمسد قياس الفرض مرة أخرى باستخدام الأسلوب الإسقاطي تبين أيضاً عدم وجود علاقة بين المتفرين ؛ حيث كانت قيمة كآ<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية ؛ مما يثبت اتساق نتائج قياس هذا الفرض وعدم صحة الفرض الثانى كلياً .

## البحوث

جدول (١٣) : العلاقة بين النوع وإدراك صورة المرأة وفقاً لقياس ليكرت .

النوع \ الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
ذكور	٨٠	٣٦	٣٤	١٥٠
إناث	٨٣	٣٦	٣١	١٥٠
الإجمالي	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٠,١٩ > كا<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٩٠ .

لم يظهر أثر للنوع في نتائج الفرس ؛ حيث جاءت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية مما يؤدي إلى عدم صحة الفرض الثالث جزئياً ، فسواء ذكور أم إناث ، هناك أثر مرتفع للفرس ولا يلعب النوع دوراً ملموساً في تحديد طبيعة وحلود هذا الدور .

جدول (١٤) : العلاقة بين النوع وإدراك صورة المرأة باستخدام الأسلوب الإسقاطي .

النوع \ الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
ذكور	٥٠	٥٥	٤٥	١٥٠
إناث	٥٠	٥٧	٤٣	١٥٠
الإجمالي	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٠,٨١ > كا<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٢ ، ومستوى معنوية ٠,٩٦ .

أيضاً تم قياس أثر الفرس باستخدام الأسلوب الإسقاطي ، ولم يتضح وجود أثر للنوع في نتائج الفرس وإدراك صورة المرأة ؛ حيث جاءت القيم المحسوبة لكأ<sup>٢</sup> أقل من القيم الجدولية لها ، وهذه النتيجة تتسق مع نتيجة الجدول السابق وتثبت عدم صحة الفرض الثالث جزئياً .

جدول (١٥) : العلاقة بين السن وإدراك صورة المرأة وفقاً لقياس ليكرت .

السن \ الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مرتفع	٨٢	٣٦	٣٤	١٥٢
متوسط	٤٥	٢١	٢٤	٩٠
منخفض	٣٦	١٥	٧	٥٨
الإجمالي	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٤,٦ > كا<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٣٣ .



## البحوث

لم يتضح وجود أثر للسن في علاقته بنتائج الفرس ؛ حيث إن الجميع تأثروا بالفرس بمراحل ودرجات مختلفة ؛ حيث كانت قيمة ك<sup>٢</sup> المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية ، وهذا يثبت عدم صحة الفرض الرابع جزئياً .

جدول (١٦) : العلاقة بين السن وإدراك الصورة باستخدام الأسلوب الإسقاطي .

الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
السن				
منخفض	٥٢	٥٥	٤٥	١٥٢
متوسط	١٤	٤٩	٢٧	٩٠
مرتفع	٣٤	٨	١٦	٥٨
الإجمالي	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

ك<sup>٢</sup> المحسوبة ٣٥ < . ك<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ، ومعامل التوافق ٠,٣٣

بعد قياس الفرض بالأسلوب الإسقاطي تبين أن هناك علاقة ارتباطية بين المتغيرين ، حيث إنه كلما زاد السن زاد أثر الفرس ، وربما يرجع ذلك إلى اعتزاز رصيد معرق واتجاهي وسلوكي في ذهن الشخص ، مما يخلق لديه ما يطلق عليه بالاتجاه السائد الذي يؤثر على إدراكه للشخصيات المختلفة ، مما يثبت صحة الفرض الرابع جزئياً .

جدول (١٧) : العلاقة بين المستوى الاجتماعي وإدراك صورة المرأة وفقاً لقياس "الكورت" .

الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مرتفع	١١٢	٣	-	١١٥
متوسط	٣٦	٣٧	٥١	١٢٤
منخفض	١٥	٣٢	١٤	٦١
الإجمالي	١٦٣	٧٢	٦٥	٣٠٠

ك<sup>٢</sup> المحسوبة ١٥٤ < . ك<sup>٢</sup> الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ، ومعامل التوافق ٠,٦

اتضح من الجدول السابق أن قيمة ك<sup>٢</sup> المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية ؛ مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعي للمبحوثين وأثر الفرس وتم قياس المستوى الاجتماعي بمقياس تجمعي

## البحوث

معد لهذا ، كما كانت قوة معامل التوافق كبيرة حيث وصلت إلى ٠,٦ ومعامل بيرسون ٠,٢ ؛ مما يثبت وجود علاقة بين المتغيرين ويثبت صحة الفرض الخامس جزئياً .  
جدول (١٨) : العلاقة بين المستوى الاجتماعي وإدراك صورة المرأة باستخدام الأسلوب الإسقاطي .

المستوى الإدراك	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مرتفع	٧٦	١٤	٢٥	١١٥
متوسط	٢	٧٧	٤٥	١٢٤
منخفض	٢٢	٢١	١٨	٦١
الإجمالي	١٠٠	١١٢	٨٨	٣٠٠

كاً المحسوبة ١١٨ < كاً الجدولية عند درجة حرية ٤ ، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ ومعامل

التوافق ٠,٥٣

أيضاً ، تم قياس العلاقة بين المتغيرين باستخدام الأسلوب الإسقاطي ، وتبين أن قيمة كاً المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين ، وهذا يثبت صحة الفرض الخامس جزئياً . وقد بلغت قوة هذه العلاقة ٠,٥٣ ، مما يؤكد قولها بالنظر إلى ارتفاع درجة الثقة مما يثبت صحة الفرض الخامس كلياً .

## الخلاصة :

وتشمل كلاً من :

## (١) النتائج العامة :

- ١- على الرغم من أن الدراما المصرية تحتل مكان الريادة على خريطة الدراما العربية ، إلا أنها تقدم للمرأة بصورة سلبية لا تتناسب مع مكانتها .
- ٢- تقدم المرأة في الغالب في أدوار هامشية أو ثانوية ، وحين تقدم في أدوار رئيسية ، فهي تقدم بشكل لا يتوافق مع مكانتها في المجتمع ، خاصة في الوقت الحالي فهي تقدم بصورة قبيحة ومنفرة على مستوى الشكل ، وبأدوار تقليدية أو إجرامية على مستوى المضمون .
- ٣- هناك مستويات مرتفعة من الغرس على مستوى الجمهور سواء المصري أو العربي ، ولا يوجد أثر للنوع أو السن أو الجنسية في آثار هذا الغرس .
- ٤- هناك أثر لمستوى المستوى الاقتصادي الاجتماعي في إثبات فرضية الغرس ، فكلما ارتفع المستوى زادت فرصة واحتمالات إدراك صورة المرأة بشكل أقرب للمعالجة التليفزيونية .

(ب) التوصيات :

- ١ - ضرورة ترشيح الدراما المقدمة عبر التلفزيون ، وخاصة الفضائيات العربية ، في تقديمها وتناولها للنماذج والقفات الاجتماعية المعطلة .
- ٢ - مناشدة كتاب الدراما وعرضها بعدم تبني اتجاه معاكس لسياسة الدولة ، وكذلك الاتجاه العالمي المتزايد نحو الاهتمام بالمرأة وإبراز عدالة قضاياها.
- ٣ - إن ترسيخ الصورة السلبية ضد المرأة يعد أحد أشكال التمييز ، التي ينبغي على كافة هيئات ومؤسسات المجتمع المدني التصدي له بكل قوة لمنع انتشاره .
- ٤ - يجب أن تضطلع الفضائيات العربية بمسؤوليتها في تقديم العادل لكافة فئات وقطاعات المجتمع .
- ٥ - مناشدة أقسام و كليات الإعلام بعمل مرصد إعلامي لرصد كل خروج سلبي، والتنبه به مع وجود جماعات ضغط منظمة لحماية مصالح المجتمع .

## مراجع الدراسة

- (١) عواطف عبد الرحمن : دراسات في الصحف المصرية والعربية ( القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٨٢ ) .
- (٢) فوزية فهم : الإعلام والمرأة (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب ، ١٩٨٦ ) .
- (٣) عدلى سيد رضا : صورة الأب والأم في المسلسلات العربية بالتلفزيون ( القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٨٨ )
- (٤) سامية رزق : صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة المصرية ( القاهرة : مكتبة الأملو المصرية ، ١٩٨٨ ) .
- (٥) أشرف جلال : القيم الاجتماعية في إعلانات التلفزيون وأثرها على اتجاهات الجمهور نحو الإعلان ، دراسة مقدمة لأعمال المؤتمر العلمي السنوى التاسع لكلية الإعلام بعنوان "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق " ، مايو ٢٠٠٣ ، الجزء الرابع .
- (٦) سميرة صرغفات : مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية في الألفية العربية المصورة ، دراسة تحليلية للألفية العربية المصورة بقناة دريم ١ ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، المجلد ١٨ ، أكتوبر ٢٠٠٢ ، ص ص ٣٩٣ - ٤٣٦ .
- (٧) أدبى حضور : صورة المرأة في الإعلام العربي (دمشق : دون ناشر ، الطبعة الأولى، ١٩٩٧) .
- (٨) محمود يوسف : صورة المرأة المصرية في الأفلام السينمائية التي يقدمها التلفزيون ، مجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد العاشر، القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ص ٤٩ - ٥٠ .
- (٩) محمود يوسف ، مرجع سابق .
- (١٠) من الحديدي : دراسة تحليلية لصورة المرأة في الفيلم المصرى والآثار الاجتماعية المترتبة على ذلك ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ١٩٧٧ .
- (١١) سئى حلمى رفاعى حسن : التعرض للنزاع المصرى في التلفزيون وإفراجه الشباب المصرى للعلاقة بين الجنسين ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة) ، ٢٠٠٣ .
- (١٢) مایسة السيد طاهر : صورة العنف في العلاقة بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية في التلفزيون المصرى ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ٢٠٠٣ .
- (١٣) عادل فهمى البيومى : الدراما التلفزيونية والاتجاهات نحو العنف الأسرى في مصر ، دراسة مسحية على عينة من الأزواج والزوجات في القاهرة ، مجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، ٢٠٠٠ .
- (١٤) عبد الرحيم أحمد سليمان درويش : معالجة الأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون للقضايا الاجتماعية وأثرها على الشباب ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ٢٠٠٢ .

- (١٥) أسيرة سحر طه : دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ٢٠٠١ .
- (١٦) ياسر عبد اللطيف : التعرض للدراما التي يقدمها التلفزيون ومسمى التطلمات لدى الشباب المصري ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ١٩٩٨ .
- (١٧) مسهر صالح إبراهيم : تأثير الأفلام المقلدة في التلفزيون على اتجاه الشباب المصري نحو العنف ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ١٩٩٧ .
- (١٨) حنان عزت أحمد : تأثير المسلسلات الأمريكية الاجتماعية على إدراك طلاب المدارس الثانوية للعلاقات الاجتماعية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ١٩٩٥ .
- (١٩) حسن حماد مكاوي : أثر الإغواء التلفزيوني في إدراك الشباب للواقع : دراسة مسح لمتة من طلاب الجامعات المصرية ، مجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثاني ، ص ٥٥ - ٧٣ .
- (٢٠) حزة عبد العظيم : تأثير الدراما التلفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ٢٠٠٠ .
- (٢١) بركات عبد العزيز محمد : صورة الأسرة المصرية كما تمكسها مسلسلات التلفزيون ، مجلة كلية التربية بدمياط ، العدد الحادي والعشرون ، الجزء الثاني ، ١٩٩٤ ، ص ٣ - ٤٨ .
- (٢٢) بارعة حمزة شوقي : تأثير العرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ) ، ١٩٩٩ .
- (٢٣) كمال بدیع الحجاج : تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الطفالية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ٢٠٠٢ .
- (٢٤) عبد اللطيف العوضي : التلفزيون السعودي وإدراك الاتجاهات الاجتماعية وفقاً لنظرية الغرس النقال ، العدد الثامن ، مجلة بحوث الاتصال ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٩٢ ، ص ١٥٩ - ١٨٣ .
- (٢٥) عبد الرحيم محمد بدر الدين الغلايين : تدفق المضمون الدرامي العربي والأجنبي في التلفزيون ، دراسة تحليلية وتطبيقية على تلفزيون الكويت ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ) ، ١٩٩١ .
- (26) Rouner, Donna, Active Television Viewing and the Cultivation Hypothesis, Journalism Quarterly, 1982, pp. 168 - 174.
- (27) Carveth, Rodney & Alexander, Alison, Soap Opera Viewing Motivation and the Cultivation Process, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.29, No.3, Summer 1985, pp. 259 - 273.

- (28) Perse, M. Elizabeth, Soap Operas Viewing Patterns of College Students and Cultivation, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 30, No.2, spring 1986, pp. 175 - 193.
- (29) Potter, Jand Chang Chine, I. K., TV Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis, Journal of Broadcasting, Vol. 34, No. 3, pp. 313 - 333.
- (30) Kang, J.G & Morgan, Micheal, Culture Clash: Impacts of U.S. Television in Korea, Journalism Quarterly, Vol. 65, 1988, pp. 431 - 438
- (31) Sancho, Aldridge, Gunter Jane & Barie, Effects of Drama Series Upon Public Impression About Psychiatrists, Psychological Reports, Vol. 74, London, England, 1994, pp. 163 - 178.
- (32) Schram, Psychological Processes Underlying Cultivation Effects- Further Tests of Construct Accessibility, Human Communication Research, Vol.22, No.4, 1996, pp. 482 - 509.
- (33) Wernever J. Severin and Jamy W. Tankard J.R. Communication Theories, New York: Hasting House Publishing, 1982, p.290.
- (34) Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.p.3.
- (35) Denis McQuall, Mass Communication Theory, and London: Sage Publication, 1989. p. 283.
- (٣٦) أميرة سمير طه ، مرجع سابق ، ص ٧.
- (٣٧) عادل فهمي البيومي : دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة - دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ) ، ١٩٩٥ ، ص ص ٧ - ٨ .
- (٣٨) أميرة سمير طه ، مرجع سابق .
- (٣٩) عادل فهمي البيومي ، مرجع سابق ص ٨ - ١٢ .
- (٤٠) أميرة سمير طه ، مرجع سابق ، ص ص ٢٥ - ٢٩ .
- (41) Perse, Elizabeth M., Op.Cit, pp. 177-178.
- (42) Rossler, Patrick, and Brosius, Hans Bernd, Do Talk Shows Cultivate Experiment, Journal of Communication, Vol. 51, No. 1, March 2001, pp. 143 - 163.
- (43) Ibid, pp. 147 - 148.
- (44) Potter, W. James, Op.cit, p.24.

ملحق بأهم الأفلام والمسلسلات التي تم تحليلها :

أولاً - الأفلام :

الباطنية - المراهقات - المزاج - بنات اليوم- محرم مع مرتبة الشرف - استاكوزا- الرجل الثالث - القاهرة ٣٠ - المتوحشة - الراعي والنساء - القتل اللذيذ - المرأة والساطور- دماء على الأسفلت - السحبتان - خدعتني امرأة - الأسطى حسن - امرأة تدفع الثمن-إشاعة حب - الصاغة - أنا وهو وهي - امرأة وحمة رجال - عندما يبكى الرجال - غريب لي بيت - أحلام ضائعة - أبناء الشيطان - حلاق السيدات .

ثانياً - المسلسلات :

حكاييا - قلة ذوق وكثرة أدب - ناس وناس - ملك روجي - شمس يوم جديد - رحلة هو بلال- على الدنيا السلام - قلة ذوق وكثرة غلبة - الأحلام البعيدة - يوم آخر .

ثالثاً - تحليلات السهرة :

المراث - سلامتك - الكمبيوتر - الأجل .





## استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية

### دراسة ميدانية

فوزية عبد الله العلي<sup>(١)</sup>

#### مقدمة :

[إن] وضع المرأة في أي مجتمع يمثل أحد المعايير الأساسية لقياس درجة تقدم ذلك المجتمع ، كما أنه من غير المتوقع أن يتقدم مجتمع ما في العصر الحالي تقدماً مرموقاً تاركاً وراءه النصف من أفراده في حالة من التخلف والجهل ، وعلى هذا الأساس ، فإن تقدم المجتمعات يعتمد بصفة أساسية على مدى تقدم المرأة ومتابعتها لمسيرة النهضة جنباً إلى جنب مع الرجل<sup>(٢)</sup> .

ولقد عمدت دولة الإمارات منذ قيامها على تنمية مواردها البشرية ، الأمر الذي أخرج المرأة من إطارها التقليدي للتحصن في البيت إلى آفاق العمل والبناء بجانب الرجل ، وأصبحت المرأة في الوقت الحاضر جزءاً أساسياً في القوى الإماراتية العاملة والمتنعة، وشغلت المناصب العليا مما تتماشى مع الشهادات العلمية العالية التي حصلت عليها<sup>(٣)</sup> .

ومما لا شك فيه ، أن المرأة في مجتمع الإمارات تحظى الآن باهتمام من قبل الدولة ولو كان محدوداً، حيث تسهض الأيديولوجيات العامة على ضرورة مشاركة المرأة في عمليات البنية الاقتصادية والاجتماعية ، ويدعم ذلك الاهتمام من خلال إتاحة بعض فرص العمل المناسبة من المنظور الاجتماعي للمرأة<sup>(٤)</sup> .

وشهدت دولة الإمارات على امتداد السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً في مجال الثقافة بصفة عامة، وثقافة المرأة على وجه الخصوص ، وساعد على ذلك الروافد الثقافية من جرائد ومجلات ومطابع إذاعية مرئية ومسموعة ومحطات ثقافية ، والتي كان لها دور مهم في حياة المرأة الإماراتية وتنقيتها وتطويرها ، بما تقدمه من مضامين صحفية وإذاعية وتلفزيونية .

(١) أستاذ مساعد - قسم الإذاعة ، كلية الاتصال - جامعة الشارقة .

### مشكلة البحث والتساؤلات التى يسعى البحث للإجابة عنها :

تتبلور مشكلة البحث فى معرفة مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، وتلبية احتياجاتها فى الحصول على المعلومات والمعرفة والترفيه ، فى مخضم القنوات الفضائية، والنور الذى يمكن أن تودبه تلك القنوات فى تزويد المرأة الإماراتية بما يجرى فى المجتمع ، سواء على المستوى المحلى أم على المستوى العالمى ، لكى تتمكن من إشباع احتياجاتها ودوافعها ، وفى نفس الوقت تساهم فى مدنها بالقدرة على اتخاذ القرارات المناسبة فى مواجهة المضكلات التى تواجهها ، وتحقق أهدافها المختلفة من نفسية واجتماعية .

وتكمن أهمية للمشكلة فيما يأتى :

- ١- مدى التعرض لتلك القنوات والوقت الذى تقضيه أمام تلك الفضائيات
- ٢- نوعية القنوات المفضلة لدى المرأة الإماراتية، وأسباب التفضيل .
- ٣- نوعية البرامج المفضلة لدى المرأة، وأسباب التفضيل .
- ٤- الدور الذى تقوم به القنوات الفضائية، وإمنداها للمرأة بالمعرفة على المستوى المحلى والعالمى .
- ٥- إشباع الحاجات العقلية للمرأة إن وجدت ، من خلال تعرف مدى اعتمادها على تلك القنوات الفضائية ، ومقدار الوقت الذى تقضيه ، ونوع المضمون الذى تتعرض له .
- ٦- تعرف مدى اهتمام القنوات الفضائية بمشاكل المرأة واهتمامها المختلفة .
- ٧- تعرف مدى استفادة المرأة من التعرض للقنوات الفضائية سواء المعرفة منها أم السلوكية .
- ٨- تعرف توفير معلومات دقيقة للمسؤولين ومتخذى القرار ، فى معطيات القنوات الفضائية الوطنية ، عن الاحتياجات المختلفة للمرأة الإماراتية من القنوات الفضائية .
- ٩- رأى المرأة فى تلك الفضائيات ، مع إبداء رأيها فى نوعية البرامج التى تريدها ، والتى توجد من خلال تلك الفضائيات .

### الدراسات السابقة :

لقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث ، ألا وهو مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، وتبين ندرة وجود البحوث المتصلة مباشرة بموضوع هذا البحث فى دولة الإمارات ، حيث اقتصرت الدراسات السابقة على خمس دراسات ، هى التالية:

١- دراسة استطلاعية عن المرأة في بعض البرامج الثقافية بتلفزيون دولة الإمارات ، وأهم ما توصلت إليه الدراسة هو العمل على زيادة الإنتاج المحلي ، من البرامج التلفزيونية الثقافية التي تتعرض للمشاكل والقضايا التي تعان منها المرأة ، بما في ذلك القضايا الاجتماعية ، ولوصت الدراسة إلى ضرورة الإكثار من البرامج الثقافية العامة، وتخصيص مساحة أكبر في الخريطة البرمجية ، وأهمية اتصال المشكلات التي تعرض لها من خلال التلفزيون بالواقع المحلي والاجتماعي، حتى يتسنى وضع الحلول لتلك المشاكل والموضوعات الاجتماعية<sup>(١)</sup> .

٢- دراسة أخرى قامت بها الباحثة حول برامج المرأة في محطات التلفزيون في دولة الإمارات والولايات المتحدة الأمريكية دراسة تحليلية مقارنة ، وكان أهم ما توصلت إليها للدراسة هو :

إن برامج المرأة وموضوعاتها في الولايات المتحدة أفضل بكثير من برامج المرأة في محطات التلفزيون في دولة الإمارات ، كما اتسمت تلك البرامج بمشاركة المرأة في تناولها ، حتى تكون قريبة من واقعها ، كما ألما ذات مستوى رفيع من ناحية الإخراج والإنتاج والمضمون الذي تناوله<sup>(٢)</sup> .

٣- دراسة أخرى تحليلية : قامت بها الباحثة أيضاً حول برامج المرأة في محطات الراديو في دولة الإمارات عام ١٩٩٢م ، وأهم ما توصلت إليه الباحثة من نتائج هو عدم الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في إنتاج البرامج من ناحية، ومن ناحية أخرى قللة البرامج التي تحتوي على التعليم والثقافة، وعدم تنوع القوالب الفنية ، إذ أثبتت الدراسة أن معظم البرامج تقدم بقلب الحديث المباشر وعدم مشاركة المرأة في هذه البرامج التي تعنيها<sup>(٣)</sup> .

٤- دراسة أخرى قامت بها الباحثة أيضاً في عام ٢٠٠١ وهي علاقة المرأة بوسائل الإعلام ، حيث أجريت على عينة قدرها ٣٠٠ مفردة من مختلف الطبقات والمستويات العلمية والاجتماعية ، وأهم ما توصلت إليه الباحثة أن معظم أفراد العينة تشاهد التلفزيون ، وبعضها تستمع إلى الراديو ، ثم إلى الوسائل المطبوعة ، ومن ثم وسائل الإعلام الأخرى من سينما والشبكة العالمية .. إلخ .

وأهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة هي : زيادة الاهتمام ببرامج المرأة وزيادة نسبتها في جميع وسائل الإعلام من مرتبة ومسموعة ومطبوعة ، حيث أثبتت الدراسة الميدانية ضعف الاهتمام ببرامج المرأة في تلك الوسائل<sup>(٤)</sup> .

٥- دراسة أخرى قامت بها الدكتورة "هبة السمرى" عن دور المرأة الإماراتية في مجال الإعلام المرئي ، حيث أجريت الدراسة لمعرفة الدور الحالي والمستقبلي للمرأة الإماراتية في مجال الإعلام المرئي

## البحوث

(الستلفزيون) وقياس درجة الوعي المتوافر لديها بأهمية دورها في مجال الإعلام والصعوبات التي تواجهها في مجال العمل وتعيقها عن القيام بدورها على أكمل وجه . وقد بينت أهم النتائج أن للإماراتية دوراً ملحوظاً في مجال الإعلام المرئي ، كما أنها نجحت في الوصول إلى مكانة متميزة ، في حين أن البحوث في مجال العمل الإعلامي جاءت بمبادرة شخصية وليس بتكليف من الرؤساء ، على الرغم مما يواجهها من صعوبات ، وأخيراً : إن لإعلاميات المستقبل رؤية تعكس مستقبلاً أكثر ميّزاً وازدهاراً للمرأة الإماراتية في مجال الإعلام المرئي<sup>(٨)</sup> .

## تساؤلات الدراسة :

تسمى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية :

- ما مدى تعرض المرأة للقنوات الفضائية بشكل عام والقنوات الوطنية بشكل خاص ؟
- ما متوسط الوقت الذي تقضيه المرأة أمام الفضائيات ؟
- ما نوعية المضمون الذي تتعرض له المرأة من تلك القنوات الفضائية ؟
- ما أهداف تعرض المرأة لتلك القنوات، وما مدى ارتباط علاقة المرأة بمشاهدة القنوات الفضائية ، ومدى مناقشتها مع زميلاتها لتلك القنوات وما تقدمه من برامج ؟
- ما مدى اهتمام المرأة بوضع برامج خاصة لها في القنوات الفضائية ، وما مدى استفادتها من تلك البرامج ؟
- ما مدى اهتمام القنوات الفضائية الوطنية بالمرأة في برامجها ؟
- ما آثار تعرض المرأة لتلك القنوات الفضائية نفسياً واجتماعياً وسلوكياً ؟
- ما ترتيب القنوات الفضائية حسب تلبية احتياجات المرأة ؟
- ما القناة الفضائية التي تعتمد عليها المرأة في تلبية احتياجاتها وفي حل بعض المشاكل التي تواجهها ؟

## نوع البحث ومنهجه :

تحدد مشكلة هذا البحث ، ومن ثم نوعه ، في تعرف عادات تعرض المرأة للقنوات الفضائية في دولة الإمارات وأنماطها، واستطلاع الآراء حولها شكلاً ومضموناً.

ويعد هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التي تهدف إلى الكشف عن ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر ، وإلقاء المزيد من الضوء عليها . ويمثل هذا النوع من الدراسات الخطوة الارتدادية الأولى

## البحوث

في عملية البحث العلمي. ووفقاً لذلك ، فإن هذا البحث يسمى إلى تعرف مدى إقبال المرأة على القنوات الفضائية وعادات وأنماط التمرس لهذه القنوات، كما يسمى إلى اكتشاف العلاقات بين الحقائق التي يتم استنباطها وبعض الخصائص الاجتماعية والاتصالية للمبحوثين والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والسن والمنطقة.

ويعتمد هذا البحث على التكثيف الإحصائي في العد والقياس واستخلاص المؤشرات التي يستند إليها في الاستدلال ، ويستعمل في الوقت نفسه التحليل الكيفي ، بالإضافة إلى التحليل الإحصائي لاستكمال جوانب الدراسة وتفسير النتائج<sup>(١)</sup>

واعتمدت الباحثة على منهج المسح ، حيث تم القياس بدراسة ميدانية في إطار منهج البحث من خلال عينة مكونة من ٢٠٠ مفردة من مجتمع الإمارات ، وتمثل المرأة العاملة وربات البيوت .

### عينة البحث :

وتم استخدام أسلوب العينة المتاحة Available sample ، في إطار نوع العينات غير الاحتمالية، (Non probability sample) تمادياً مع مقولة عالم مناهج البحث "راج" الذي يرى أن الخصائص والظواهر والسمات إذا ما كانت موجودة في أي نوع من العينات<sup>(١)</sup> . وقد عمدت الباحثة أن تتضمن العينة مستويات علمية واجتماعية واقتصادية مقارنة وفئات عمرية مختلفة بقدر المستطاع، من حيث الإقامة حيث يقطن في الحضر والريف. وبالنسبة للحضر تم اختيار ثلاث مدن تمثل المستويات الاجتماعية والاقتصادية (العالية والمتوسطة والمنخفضة) وهي : أبوظبي والشارقة ودبي، أما بالنسبة للريف فقد اختيرت المناطق التالية : سويحان والفجيرة ومخورفكان ودبي الحصن ، وبلغ عدد مفردات العينة ١٣٥ من الحضر مقابل ٦٥ من الريف .

### أسلوب جمع البيانات :

في إطار منهج المسح صمم استبيان يتضمن تساؤلات الدراسة ، ويشمل : مجموعة الأسئلة التي تعكس أهداف البحث وتساؤلاته ، وتضمن الاستبيان أسئلة عن مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، ومدى استفادتها من تلك القنوات ، وأهمية ونوع المحتوى الذي تتضمنه تلك القنوات ، كما تضمن الاستبيان أسئلة أخرى تبين مدى استخدام تلك القنوات في التفاعل الإيجابي ، الذي يبرز من خلال البحوث مع آخرين حول ما تعتمد عليه المرأة .

وأخيراً ، أثار تعرض المرأة للقنوات الفضائية المعرفية والاجتماعية والسلوكية في تلبية احتياجاتها .

### تحديد نوع الاستبيان :

رأت الباحثة إمكانية تسليم الاستبيان للمبحوثين لتتولى كل مبحوثة ملء الاستبيان بنفسها ؛ لأنها درست مناهج البحث .

### خطوات إعداد الاستبيان :

تم تصميم الاستبيان في صورته الأولى من خلال معاينة الباحثة للقنوات الفضائية، ومر إعداده بالخطوات والشروط العلمية المتبعة .

### دراسة الاستبيان ومراجعته منهجياً وعلمياً :

عرض مشروع الاستبيان على مجموعة من الأساتذة في الاتصال والخبراء في موضوع البحث، والمتخصصين في مناهج البحث العلمي ، والإعلام لمراجعته منهجياً وعلمياً لتحقيق عدة أهداف، منها : دراسة الشكل العام للاستبيان ، ومراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى تغطية الأسئلة لأهداف البحث<sup>(١١)</sup> .

### الاختبار القبلي :

اختبر الاستبيان بواقع ١٠% من المجتمع الأصلي الذي ستجرى عليه الدراسة الميدانية لتعرف مدى وضوح الأسئلة بصفة عامة وقياسها ، لما هو مطلوب قياسه وتعرف الأسئلة التي قد تسبب حرجاً للمبحوث ، أو يحاول عدم إسهامه فيها ؛ لإعادة صياغتها وتركيبها بطريقة لا تسبب هذا الحرج للمبحوث .

### أسلوب تحليل البيانات :

اعتمدت خطة التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية على استخراج وحساب النسب المئوية للإجابات المختلفة ، وترتيب بعض الإجابات ، وقياس العلاقة الارتباطية بين مفردات كل استمارة للمستفترات التعليمية والجنسية والحالة الوظيفية باستخدام عدة مقاييس إحصائية ، من أهمها : معنوية الفرق بين النسب ، واختبار (كا<sup>٢</sup>) ومعامل الارتباط " سبيرمان " .

### الإعداد النهائي وتطبيق الإستمارة :

أعدت استمارة الاستبيان بشكلها النهائي بعد مراجعتها ، والبدء في تطبيقها على العينة لتقدمها دون أية عقبات .

## المرأة في دولة الإمارات

يقاس تقدم المجتمعات بعدة أمور ، يستقيها ما تحوزه المرأة من تقدم في مختلف المجالات ، فالمرأة تمثل نصف الطاقة الإنتاجية في أي مجتمع ، وهي العامل الرئيسي المؤثر في التنمية الاجتماعية<sup>(١٢)</sup>.

ولقد كان دور المرأة الإماراتية قبل اكتشاف النفط وانتشار التعليم ، ينحصر فيما أتيح لها من أنشطة خاصة بالطبقات الدنيا للنتجة ، فقد ساهمت " زوجة القواص " بمساهمة فعالة في حياة مجتمعها الصغير حسب الحاجة وتيرة مصادر الدخل. كانت المرأة تساعد زوجها في العمل بجانب قيامها بالأعمال المنزلية ، كما كانت تقوم ببعض الأعمال التي تدر عليها ربحاً ، حيث كانت تقوم بحياكة الملابس لنساء الحي أو التجارة في سلع بسيطة، وتربية الماشية أو الأغنام ، أما دور المرأة في الأسر الغنية، فقد كان يقتصر غالباً على الإنجاب والتنشئة الاجتماعية ، حيث إن الخادمة كانت تقوم بأداء معظم الأعمال المنزلية ، هذا وتكاد معظم التنبؤات التي اهتمت بعمل المرأة إلى أن الدافع الرئيسي لهذا العمل هو الحاجة الاقتصادية ومحدودية مولود الأسرة، وغيبية الزوج في العمل بعيداً عن بيته ، وأن عملها فرضته الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، وهذا حدث بشكل تلقائي دون مقاومة أو رفض واضح ، فقد تقبل المجتمع عمل المرأة في المن التي حددها في إطار السياك الاجتماعي والاقتصادي<sup>(١٣)</sup>.

واهتمت دولة الإمارات العربية المتحدة لتماماً بالثأ بالنهوض بالمرأة انطلاقاً من الإيمان بدورها الحيوي في عملية التنمية والبناء والتحديث ، يؤكد صاحب السمو "الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان" رئيس الدولة باستمرار دعمه ومساندته للمرأة التي يقول: "إنما أثبتت جدارتها وقدرتها على الإنجاز في كل مجال وموقع تواجدت فيه". ولقد أكد سموه الدور المهم للمرأة في عملية البناء والتنمية ، يقول: "إن للفئة الحق في العمل في جميع المجالات ، ولا سدود أمامها ، وأمل في اليوم الذي أرى فيه الطيبة والمهندسة والدبلوماسية بين فتيات الإمارات ، كما أنني أتطلع إلى اليوم الذي أرى فيه فئاتنا ، وهي تقوم بواجبها وتلعب الدور الذي لعبته الفتيات العربيات في الدول الشقيقة"<sup>(١٤)</sup>.

ولقد تميز دور المرأة الإماراتية في الربع الأخير من القرن الماضي ، واكتسبت أبعاداً جديدة مع تطور دولة الإمارات ، إذ حظيت المرأة الإماراتية بكل تشجيع والتأييد من صاحب السمو رئيس الدولة وإخوانه أصحاب السمو أعضاء المجلس الأعلى حكام الإمارات ، وقد قال سموه لحظة إعلان الاتحاد : لا شيء يسعدني أكثر من رؤية المرأة الإماراتية تأخذ دورها في المجتمع وتحقق المكان اللائق بها. ويجب ألا يقف شيء في وجه مسيرة تقدمها ، وللنساء حق الرجال في أن يتبوأن أعلى المراكز بما يتناسب مع قدراتهن ومؤهلاتهن .

## المبحث

ولقد نص دستور دولة الإمارات على أن المرأة تتمتع بكامل الحقوق التي يتمتع بها الرجل، كما اشتمل على بنود تؤكد مبدأ المساواة الاجتماعية، وأن للمرأة الحق الكامل في التعليم والعمل والوظائف مثلها مثل الرجل، كما يشمل الدستور على ما نص عليه الإسلام فيما يخص حقوق المرأة ومسألة توريثها ومليكتها، وهو ما كان معمول به أصلاً قبل قيام الاتحاد.<sup>(١٠)</sup> وجاء الدستور ليؤكد، ولم تأل حرم صاحب السمو رئيس الدولة سمو "الشيخة فاطمة بنت مبارك" جهداً لتعزيز رؤية سموه مجتمع حديث، تتمتع فيه المرأة بكل حقوقها ضمن إطار عربي إسلامي أصيل، إذ قامت سموها بتأسيس أول جمعية نسائية في البلاد، وهي جمعية المرأة للظيانية، في الثامن من فبراير عام ١٩٧٣ م.

ولقد اتبعت ذلك بخطوة أخرى في عام ١٩٧٥ م، عندما قامت بتوحيد كل الجمعيات النسائية في الدولة تحت مظلة جمعية واحدة وسُميت: "اتحاد المرأة الإماراتية"، سعياً وراء ترسيخ دور المرأة وإكسابها نشاطاتها وفعاليتها<sup>(١١)</sup>.

وباشر اتحاد المرأة الإماراتية بالعمل بتطبيق المرأة وتوعيتها عبر خطة شاملة لمرأة الأمية، إذ بعد أن قطع شوطاً كبيراً في هذا المجال، بدأ يركز على مفهوم التنمية الاجتماعية ككل، وعلى حماية حقوق المرأة في مواقع العمل وتوفير فرص العمل اللائقة لها.

ولقد رفع التعليم من مستوى وعي المرأة، ووسع فرص العمل أمامها، ومن ثم إمكانية مساهمتها في التنمية العامة، وعلى الرغم من انخفاض نسبة الأمية مع بداية السبعينيات انخفاضاً ملحوظاً إلا أن مساهمة المرأة الإماراتية في أسواق العمل ظلت ضئيلة، ويرجع ذلك إلى إقبالها على التعليم<sup>(١٢)</sup>.

ويستند تعليم المرأة في دولة الإمارات إلى مجموعة من المؤتمرات القانونية، التي تؤدي إلى تعيين المواطنة للمؤهلة والمدرّبة التي تستطيع المساهمة في تنمية الوطن بكافة المجالات.

وقد ساهمت دولة الإمارات في مناقشة قضية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، وأقرتها الأمم المتحدة، ومن ثم وقع عليها - وهي: مظاهر اهتمام الدولة بتعليم المرأة. لقد ظهرت النتائج الإحصائية في عام ١٩٨٦ أن نسبة الأمية في صفوف المرأة في دولة الإمارات بلغت ٩١,١% وأن تلك النسبة بلغت ٩٩,٤% في الفئة العمرية ٦١ سنة فأكثر وقد انخفضت تلك النسبة إلى ٣٤,٩٧% في عام ١٩٨٠ وإلى ما دون ٣٠% عام ١٩٨٥، لقد فتحت المدارس أبوابها لتقبل آلاف الطلاب من الجنسين. والملاحظ أن نسبة الإناث من الطلبة قد تزداد باستمرار فقد كانت تلك النسبة ٣٩,٢٠% عام ١٩٧٣، وارتفعت إلى ٦٠,٨٩% في عام ١٩٨٤ وإلى ٤٨,٩% عام ١٩٨٦، وترتفع نسبة الإناث في المرحلة الثانوية حيث تبلغ ٥١,٥% من إجمالي الطلاب لكل مرحلة.



## البحوث

وأن نسبة الإناث في التعليم العام كنسبة الذكور آخذة في التزايد المستمر ، فبينما كانت النسبة عام ١٩٧٠ / ١٩٧١ تساوى ٣٩% تطورت إلى حوالى ٤٧% في العام الدراسى ١٩٨٤/١٩٨٥ ، ويدل هذا المؤشر على عموم التنمية التى ارتفعت بقيام الاتحاد كما دلت على أن الطريقة التقليدية بالنسبة لتعليم المرأة قد أعيدت طريقها إلى الزوال<sup>(١٨)</sup> .

وشكلت جامعة الإمارات طفرة نوعية بالنسبة لتعليم المرأة ، حيث كانت العادات والتقاليد قد حالت أحياناً دون إرسال الفتيات للتعليم في الجامعات العربية والأوروبية ، وقد زالت تلك الحلقبة مع تنامي جامعة الإمارات حيث خرجت ٤١,١% من إجمال عرخبى تلك السنة في عام ١٩٨٥/١٩٨٦ .

وفي العام الدراسى ٢٠٠٠ بلغ عدد المسجلين في الجامعة ١٥,٠٠٠ طالبة منهم ٧,٥٠٠ ذكر بنسبة ٣٠ % والبقية إناث بنسبة ٧٠% ، وهذا يدل على مدى التقدم الذى أحرزته المرأة في مجال التعليم في دولة الإمارات<sup>(١٩)</sup> .

إذاً ، أصبح لافنا للأنتظار أن النساء يمثلن العدد الأكبر من طلاب جامعة الإمارات وكليات التقنية العليا ، وقد انعكس كل هذا على رفع واقع العمل بنسبة متنامية في النساء ، حيث تضاعف عدد الوظائف أربع مرات في المدة ما بين ١٩٨٠ - ١٩٩٠ بنسبة ٥,٣% و ١٦,٠٣% على التوالي .

وعلى الرغم من أن معظم الوظائف يعملن في القطاع العام ، ولاسيما في دوائر الصحة والتعليم والخدمات، إلا أن ذلك لا ينفي وجود نسبة من التخصصات في الهندسة والعلوم والتكنولوجيا والمعلومات والقانون والتجارة وصناعة النفط والإعلام ، ويعملن في قطاعات أخرى ؛ إذ لوحظ إقبال النساء الإماراتيات على الوظائف في الشرطة والجيش ، وأصبحت هناك مدرسة عسكرية خاصة لنساء الإمارات سميت بأسماء الفارسات العربيات المجهيزات من أمثال : "عولة بنت الأزور" .. وتشرف كلية حولة العسكرية على تدريب النساء اللواتي بذلت أفرواجهن تتوالى منذ عام ١٩٩٢م إذ شهد تخريج ٥٩٠ امرأة بعد دورة تدريبية استمرت ستة أشهر ، تضمنت إلى جانب التعليم النظرى ، تدريباً عسكرياً منظماً . ويمكننا القول : إن المرأة في دولة الإمارات مضطلمة بدورها<sup>(٢٠)</sup> على أكمل وجه ، وألما استطاعت أن تواكب كل التطورات التى شهدت بدور صاحب السمو " الشيخ زايد وحرمة " في هذا المجال ، كما تحظى بالدعم الكبير من سمو " الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم " الذى يصبر دائماً على أن المرأة نصف المجتمع ، وأن النساء في كثير من الأحيان يقدمن أكثر مما يقدم الرجال<sup>(٢١)</sup> ، وأن وعى المرأة إذاً مؤشر مهم ، وأن تربية المرأة تربية سليمة ضمن ملامح شخصيتها تعمل على شحتها في

## البحوث

مواجهة الحياة ، كما أن جهلها وعدم وعيها أفقدها القدرة على التكيف مع الظروف المختلفة. وكلما ارتفعت المرأة بمفهومها عن ذاتها ومهنتها في هذا المجتمع وفهمت دورها فهما حقيقياً وإيجابياً ، كانت أقل عرضة للمرض وأكثر فرصة من الإفلات منه . والأكثر من ذلك ، أنه إذا كان الوعي انعكاساً للواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي الذي تعيشه المرأة ، والتمثل في وسائل الإعلام من إذاعة مرئية ومسموعة ومطبوعة وقنوات فضائية تلك الروايف المختلفة التي تنهض بها المرأة الإماراتية ثقافتها .<sup>(٢٢)</sup> من هنا جاء الاهتمام بضرورة تعرف مدى اعتماد المرأة الإماراتية على وسائل الإعلام عامة والقنوات الفضائية خاصة ؛ بهدف تعرف احتياجاتها الأساسية من هذه الوسائل اجتماعية ومعلوماتية وثقافية<sup>(٢٣)</sup> .

### نتائج الدراسة الميدانية

#### علاقة المرأة الإماراتية بالقنوات الفضائية

جدول (١) : توزيع عينة الدراسة لدى مشاهدة القنوات الفضائية .

الجنسية				جملّة التكرارات		بيان الإجابات
غير مواطنة		مواطنة				
%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦,٢	٦١	٦٢,٥	٧٥	٦٨	١٣٦	دائمًا
١٨,٧	١٥	٢٩,١	٣٥	٢٥	٥٠	أحيانًا
٥,٠	٤	٨,٣	١٠	٧,٠	١٤	نادراً
				صفر	صفر	لا
١٠٠	٨٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠	٢٠٠	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق (١) ، والجدول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- أن معظم أفراد العينة المبحوثة تشاهد القنوات الفضائية بشكل دائم ، حيث يشاهد القنوات الفضائية دائماً بنسبة ٦٨ % من عينة الدراسة ، وتزيد نسبة المشاهدة بين غير الإماراتيات عن الإماراتيات (٧٦,٢% و ٦٢,٥%) ، والفارق بين النسبتين غير معنوي بمستوى ثقة ٩٥% إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ٠,٤٣ ، وهي أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ النابعة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً لمتغير الجنسية بمستوى ثقة ٩٥% .

## البحوث

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية حسب المستوى التعليمي ٦٥,٥% بالنسبة للمتعلّقات الحاصلات على مؤهل جامعي مقابل ٤٠,٥% بالنسبة لغير الجامعيات ، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصائية بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% ، وبالنسبة للحالة الوظيفية تبين أن هناك فروقاً بين أفراد العينة اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية ، حيث بلغت نسبة المشاهدات اللاتي يعملن ٩٠,٥% مقابل ٧٥,٥% بين اللواتي لا يعملن ، وهي فروق جوهرية دالة إحصائية إذ بلغت (٢,٦) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٧) للمتبعة بوجود علامة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥% ، ويرجع ذلك إلى الفراغ لدى غير العاملات أكثر من العاملات حسب انشغالهن بالعمل خارج المنزل .

### القنوات الفضائية المفضلة

جدول (٢) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب القنوات الفضائية التي تشاهدها .

بيان الإجابات		جملّة التكرارات		الجنسية	
				مواطنة	
		ك	%	ك	%
قنوات فضائية وطنية		٢٥	١٢,٥	٢٣	١٩,٩
قنوات فضائية عربية		٢٣	١١,٥	١٥	١٢,٥
قنوات فضائية أجنبية		١٢	٦,٠	٧	٥,٨
قنوات فضائية عربية / أجنبية		١٣٠	٦٥,٠	٧٥	٦٢,٥
جملّة من سجلوا		٢٠٠		١٢٠	
					٨٠

تدل بيانات الجدول السابق (٢) والجدول التفصيلية على عدة نتائج من أهمها :

■ أن معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية العربية / الأجنبية، حيث بلغت نسبتها ٦٥,٠% ويتساوى في المشاهدة لتلك القنوات الإماراتيات وغير الإماراتيات (٦٢,٥% ، ٦٨,٧%) وأن الفارق ليس دالاً إحصائياً. (Z=١,٣)

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية تبين أن نسبة اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية العربية والأجنبية في أفراد العينة حسب المستوى التعليمي ٤٥,٧% بالنسبة للمتعلّقات الحاصلات على مؤهل جامعي مقابل ٥٤,٣% بالنسبة لغير الجامعيات ، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصائية بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% (Z=١,٧٤) ، بالنسبة للحالة الوظيفية تبين أن هناك فروقاً بين أفراد العينة

## البحوث

اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، حيث بلغت نسبة المشاهدة بين اللاتى يعملن ٢٧,٥% مقابل ٨٥,٥ بين اللاتى لا يعملن ، وهى فروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن  $(Z=٢,٥٦)$  ويعود ذلك إلى أن وقت الفراغ لدى غير العاملات أكثر من العاملات بسبب انشغالهن بالعمل.

جدول (٣) : توزيع أفراد العينة حسب ساعات المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية والجنسية .

الجنسية		جملة التكرارات		بيان الإجابات	
غير مواطنة	مواطنة				
%	ك	%	ك	%	ك
٣٧,٥	٣٠	٢٩,١	٣٥	٣٢,٥	٦٥
٥٠	٤٠	٦٢,٥	٧٥	٥٧,٥	١١٥
١٥,٠	١٢	٦,٦	٨	١٠,٠	٢٠
١٠٠	٨٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠	٢٠٠

تدل بيانات الجدول السابق (٣) ، والجدول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

■ أن معظم أفراد العينة المبحوثة تشاهد القنوات الفضائية أكثر من ٣ ساعات فأكثر ، حيث تشاهد القنوات الفضائية أكثر من ٣ ساعات بنسبة ٥٧,٥% من عينة الدراسة ، وتزيد نسبة المشاهدة بين الإماراتيات عن غير الإماراتيات ( ٥٧,٥% ، ٣٢,٥% ) غير أن الفارق غير دال إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٩% حيث إن قيمة  $Z$  المحسوبة تساوى ٤,٤٨ أكبر من قيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين.

■ وعلى مستوى النتائج التفصيلية تبين أن نسبة اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية من أفراد العينة حسب المستوى التعليمى (٣٩,١%) بالنسبة للمتعلقات الحاصلات على مؤهل جامعى مقابل ٣٧,٥% بالنسبة لغير الجامعيات، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% ، بالنسبة للحالة الوظيفية تبين أن هناك فروقاً بين أفراد العينة اللاتى يشاهدن القنوات الفضائية ، حيث بلغت نسبة المشاهدة بين اللاتى يعملن (٢٥%) مقابل (٧٥%) للاتى لا يعملن ، وهى فروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٩% حيث إن  $(Z=٤,٤)$  ، ويعود ذلك إلى أن وقت الفراغ لدى غير العاملات أكثر من العاملات بسبب انشغالهن بالعمل .

القنوات الإخبارية المفضلة

جدول (٤) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب الوقت المفضل لمشاهدة القنوات الفضائية والانحسية .

بيان الإجابات		جملة التكرارات		الانحسية	
				مواطنة	غير مواطنة
		ك	%	ك	%
فترة الصباح	٤	٢,٠	٣٠	٢,٥	١,٢٥
فترة الظهر	٣٥	١٧,٥	١٥	١٢,٥	٢٥,٠
فترة المساء	١٢٥	٦٢,٥	٧٥	٦٢,٥	٥٠
فترة السهرة	٢٠	١٠,٠	١٧	١٤,١	٣,٢٥
حسب الظروف	١٥	٧,٥	٨	٦,٦	٨,٧٥
جملة من متلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠

تدل بيانات الجدول السابق (٤) والجدول التفصيلية على عدة نتائج ، أهمها :

■ جاءت فترة المساء في المرتبة الأولى حيث تبين أن ٦٢,٥% من أفراد العينة المبحوثة تشاهد القنوات الفضائية في الفترة المسائية ، يليها وبفارق نسبي كبير في المرتبة الثانية فترة الظهر بنسبة ١٧,٥% ثم في المرتبة الثالثة فترة السهرة ١٠,٠% .

■ وعلى مستوى النتائج التفصيلية بالنسبة للتقسيمات المختلفة للانحسية والحالة التعليمية لا توجد فروق جوهرية عند مستوى ثقة ٩٥% بين أفراد العينة إلا بالنسبة للحالة الوظيفية ، حيث ارتفعت نسبة اللاتي يعملن واللاتي لا يعملن فيما يتعلق بالمشاهدة خلال الفترة الصباحية، عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن (Z=٤,٤٨)، وحيث ارتفعت نسبة غير العاملات اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية في الفترة الصباحية بنسبة ٣٥,١% مقابل ٥,٠% اللاتي يعملن ؛ لوقت الفراغ المتوفر للاتي لا يعملن بعد أداء واجباتهن المنزلية .

البحوث

جدول (٥) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب تفضيلهم للقنوات الفضائية الوطنية والجنسية .

بيان الإجابات	جملة التكرارات		الجنسية			
			مواطنة		غير مواطنة	
	ك	%	ك	%	ك	%
قناة الإمارات	١٢٧	٦٣,٥	٩٥	٧٩,١	٣٢	٤٠,٠
أبو ظبي الاقتصادية	١	٠,٥	١	١,٢٥	—	—
دبي الفضائية	١٣١	٦٥,٥	٨٥	٧٠,٨	٤٦	٥٧,٥
الشارقة الفضائية	٤٠	٢٠	١٥	١٢,٥	٢٥	٣١,٢
قناة أبو ظبي الرياضية	٥٣	٢٦,٥	٢٥	٢٠,٨	١٨	٢٢,٥
قناة دبي للدراما	١٦	٨,٠	٤	٣,٣	٤	٥,٠
أخرى تذكّر	—	—	—	—	—	—
جملة من سألوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٥) ، والجدول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

■ تشير البيانات إلى أن قناة دبي الفضائية احتلت المكانة الأولى من بين القنوات الفضائية الوطنية للمشاهدة ، حيث بلغت نسبة الذين يشاهدونها ٦٥,٥% بينما احتلت قناة دبي الفضائية المرتبة الثانية بنسبة ٦٣,٥% والفرق بينهما غير دال إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% بينما جاءت بقية القنوات في المرتبة الثالثة وبفارق نسبي كبير ، حيث بلغت نسبة المشاهدين لقناة أبو ظبي الرياضية ٢٦,٥% وقناة الشارقة الفضائية ٢٠% وقناة دبي للدراما ٨% ولا يوجد فارق نسبي بين هذه القنوات عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن (  $Z=٠,٨٨$  ) .

■ وعلى مستوى النتائج التفصيلية ، فقد تبين أنه توجد دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن (  $Z=١,١٩$  ) بين أفراد العينة من حيث مشاهدتها للقنوات الفضائية الوطنية حسب الجنسية والحالة التعليمية والحالة الوظيفية ، وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات التي أجريت على المرأة ، ومشاهدة التلفزيون عموماً في دولة الإمارات وحيث أصبحت المشاهدة سلوكاً شائعاً ، بغض النظر عن المتغيرات السابقة<sup>(٢٤)</sup> .

جدول (٦) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب أسباب التفضيل للقنوات السابقة والجنسية .

بيان الإجابات		جملة التكرارات		الجنسية	
				مواطنة	غير مواطنة
				%	ك
لديها برامج عن المرأة		١١٢	٥٦,٠	٨٥	٧٠,٨
برامج ثقافية		١٥	٧,٥	٨	٦,٦
تدوين بالمعلومات والمهارات		٨٦	٤٣	٤٥	٣٧,٥
برامج ترفيهية		٥	٢,٥	٣	٢,٥
مشاهدة برامج خليجية وعلمية تعكس الواقع ومجتمع الإمارات		٣٢	١٦,٠	٢٥	٢٠,٨
جملة من مثلاً		٢٠٠		١٢٠	٨٠

تدل بيانات الجدول السابق (٦) والجدول التفصيلية على نتائج ، أهمها :

■ أن برامج المرأة تأتي في مقدمة أسباب تفضيل المرأة لمشاهدة القنوات الفضائية الوطنية حيث بلغت ٥٦,٠% ويلها سبب إمدادها بالمعلومات والمهارات في المرتبة الثانية ونسبة ٤٣,٠% ، ولا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% ، وتلي ذلك مشاهدة برامج علمية وجوهرية تعكس واقع الإمارات ، والبرامج الثقافية والترفيهية في المرتبة الثالثة ونسب ٧,٥% ، ٢,٥% ، ١٦,٠% ولا توجد أيضاً فروق جوهرية بينها عند مستوى ثقة ٩٥% حيث إن (Z=١,٥٦) .

■ ويتضح من مراجعة الجدول السابق أن سبب التفضيل للقنوات وهو برامج المرأة والإمداد بالمعلومات والمهارات تأتي في مقدمة التفضيل للمرأة من بين الأسباب للمشاهدة ، في حين تأتي البرامج الثقافية والترفيهية والبرامج الوطنية الخليجية ، التي تعكس الواقع في مؤخرة قائمة أسباب مشاهدة المرأة .

■ أوضحت الجداول التفصيلية ازدياد نسبة للمشاهدة للقنوات السابقة لدى برامج عن المرأة والإمداد بالمعلومات والمهارات بين المواطنين مقارنة بغير المواطنين بنسبة (٧٠,٨% ، ٣٣,٧% ، ٥١,١%) بفروق دالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% ، بينما جاءت الفروق بين الجامعيات وغير الجامعيات (٦٣,٧% ، ٦٤,٢% ) ، واللاتي يعملن واللاتي لا يعملن (٨٠,١% ، ٨٥% ) وهي فروق غير جوهرية إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% .

## البحوث

جدول (٧) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب القنوات العربية التي تشاهدها والجنسية .

بيان الإجابات	جملة التكرارات		الجنسية		غير مواطنة	مواطنة
			%	ك	%	ك
القناة الفضائية المصرية	١٢١	٦٠,٥	٨٥	٧٠,٨	٣٦	٤٥,٠
السعودية الأولى	٣٩	١٩,٥	٢٥	٢٠,٨	١٤	١٧,٥
الكويت	٩٦	٤٨,٠	٦٥	٥٤,١	٣١	٣٨,٧
البحرين	٩٥	٤٧,٥	٧٥	٦٢,٥	٢٠	٢٥,٠
الأردن	٢٥	١٢,٥	٥	٤,٠	١٥	١٨,٧
الجزائر	٥	٢,٥	١	٠,٨	٤	٥,٠
تونس	١٣	٦,٥	٧	٥,٨	٦	٧,٥
المغرب	٢٢	١١,٠	١٠	٨,٣	١٢	١٥
ليبيا	١١	٥,٥	٥	٤,١	٦	٧,٥
السودان	١٢	٦,٠	٧	٥,٨	٥	٦,٢
اليمن	١٦	٨,٠	٨	٦,٦	٨	١٠,٠
سوريا	٢٧	١٣,٥	١٨	١٥,٠	٩	١١,٢
عمان	١٧	٨,٥	٩	٧,٥	٧	٨,٧
قطر	٦٥	٣٢,٥	٥٥	٤٥,٨	١٠	١٢,٥
جملة من ستلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

تدل بيانات الجدول السابق (٧) والجدول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

- تبين أن أكثر القنوات العربية تفضيلاً بالنسبة لأفراد العينة القناة المصرية ، حيث نالت (٦٠,٥%) وتليها القناة الفضائية الكويتية بنسبة (٤٨,٠%) والبحرين (٤٨,٠%) وقطر (٣٢,٥%) وبفارق نسبي كبير تليها القنوات الأخرى على التوالي : السعودية و الأردن ، و سوريا ، وعمان ، المغرب ، بالنسب التالية ( ١٩,٥% - ١٢,٥% - ١٣,٥% - ٨,٥% - ١١% ) ربما يعود ذلك إلى شعبية تلك القنوات السابقة خصوصاً بين المواطنين إلى شيوع اللهجة المصرية بين أبناء العينة منذ الصغر عن غيرها من اللهجات العربية، وتنوع برامجها واحتوائها على الأفلام العربية والمسلسلات ، والتي تبين أن العينة تفضلها أكثر من غيرها من البرامج .



## البحوث

■ وعلى مستوى النتائج التفصيلية تبين أن نسبة اللاقي يفضلن مشاهدة القنوات الفضائية من أفراد العينة حسب المستوى التعليمي ٥٥% بالنسبة للمتعلّقات الحاصلات على مؤهل جامعي ٤٥,٨% ولغير المتعلّقات ، ولا توجد فروق إحصائية بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥% وبالنسبة للحالة الوظيفية تبين أيضاً أنه ليس هناك فروق بين أفراد العينة اللاقي يشاهدن القنوات الفضائية المصرية ، السعودية الأولى ، الكويت ، البحرين ، حيث بلغت نسبة المشاهدات اللاقي يعملن ٥٣,٤% مقابل ٧٥,٢% بين اللاقي لا يعملن ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% ، ويعود ذلك كما ذكرت لوجود وقت فراغ أكثر لدى غير العاملات .

جدول (٨): توزيع إجابات أفراد العينة بالنسبة للقنوات الأجنبية المفضلة لدى المرأة والجنسية .

بيان الإجابات		جملّة التكرارات		الجنسية	
				مواطنة	غير مواطنة
		%	ك	%	ك
C. N. N		٦٥,٠	١٣٠	٦٢,٥	٥٥
TV5		٤,٠	٨	٢,٥	٥
DW		١٧,٥	٣٥	٢٠,٨	١٠
B. B. C		٣٧,٥	٧٥	٣٧,٥	٣٠
القناة الصينية		١,٥	٣	٢,٥	٠
M. T. V		٧,٥	١٥	٥,٨	٨
أخرى تذكّر		-	-	-	-
جملّة من ستلوا		٢٠٠		١٢٠	٨٠

يتبين من بيانات الجدول السابق (٨) والجدول التفصيلية عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد قناة C.N.N من أفراد العينة ٦٥% أعلى نسبة بين القنوات الأخرى وبالنسبة B.B.C بنسبة ٣٧,٥% والفرق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% إذ بلغت (٥) المحسوبة ٢,٢٧ ، وهي أكبر من قيمة الجدولية ١,٩٦ ثم تليها القنوات الأخرى بفارق نسبي له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% وهي على التوالي DW ، TV5 ، M.T.V. ، القناة الصينية (٣,٠) ، ١٧,٥% ، ٧,٥% ، ١,٥%.

### البحسوث

■ واتضح أن تفضيل القنوات العاملة على أعلى نسبة وهي C. N. N ، B.B.C لشيوها وانتشارها عالميًا في إذاعة الأخبار والتفصيلات ، التي تحتويها والسبق الإخباري الذي تتميز به عن القنوات السابقة.

■ أوضحت النتائج التفصيلية أنه توجد فروق جوهرية دالة إحصائيًا على مستوى التعليم بلغت نسبة المتعلمات اللاحي يشاهدن قناة C. N. N و B.B.C (٨٥,٥%) مقابل (٢٥,١%) لغير المتعلمات ، وعلى المستوى الوظيفي بلغت نسبة اللاحي يشاهدن القنوات السابقة (٣٥,٥%) مقابل (٦٤,٤%) ، وهذا دليل على أن الوظيفة ليس لها علاقة نوعية للمشاهدة ، حيث إن الفروق بين النسبتين ليس لها دالة إحصائية ؛ حيث إن (ى) المحسوبة بلغت ٥,١٨ أكبر من قيمة الجدولية ٢,٨٥ للنبة بوجود هذه العلاقة الفارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٩%.

جدول (٩) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب نوعية المواد التي تتعرض لها والجنسية .

بيان الإجابات	جملة التكرارات		الجنسية			
	ك	%	مواطنة		غير مواطنة	
			ك	%	ك	%
لشرا أخبار	٢٣	١١,٥	٢٥	٢٥,٨	٨	١٠,٠
أفلام ومسلسلات	١٢٠	٦٠,٠	٧٥	٦٢,٥	٤٥	٥٦,٢
برامج الجمهور	٥٠	٢٥,٠	٣٥	٢٩,١	١٥	١٨,٧
برامج ثقافية	٩٠	٤٥,٥	٦٥	٥٤,١	٢٥	٣١,٢
برامج دينية	٣٥	١٧,٥	٢٥	٢٥,٨	١٠	١٢,٥
برامج رياضية	١	٠,٥	١	٠,٨	٠	٠
أغان ومنوعات	٣٢	١٦,٠	٢٥	٢٥,٨	٧	٨,٧
برامج المرأة	٥٢	٢٦,٠	٣٠	٢٥,٠	٢٢	٢٧,٥
مسرحيات	١٢	٦,٠	٨	٦,٦	٤	٥,٠
ترفيهية	٢٢	١١,٠	١٠	٨,٣	١٢	١٥,٠
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
جملة من استلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠	

## البحوث

تدل بيانات الجدول السابق (٩) والجدول التفصيلية على عدة نتائج، أهمها :

■ أن نوعية الموضوعات التي تفرص المرأة - عينة الدراسة - على متابعتها في القنوات الفضائية، وبأني في مقدمتها الأفلام والمسلسلات بنسبة (٦٠,٠%)، يليها برامج ثقافية بنسبة (٤٥,٥%) ثم برامج المرأة (٢٦,٠%)، وبرامج الجمهور (٢٥,٠%)، ثم البرامج الدينية، (١٧,٥%) ونشرات الأخبار (١٦,٥%)، ثم الأغاني والمنوعات (١٦,٠%)، ثم البرامج الترفيهية (١١,٠%)، وتأتي برامج المسرحيات في آخر قائمة متابعة المرأة بنسبة (٥,٥%) .

■ ويقبل على مشاهدة الأفلام والمسلسلات (٦٠,٠%) ولا توجد فروق بين المواطنات وغير المواطنات والمشاهدة حيث بلغت النسبة ٦٢,٥% ، ٥٦,٢% عند مستوى ثقة ٩٥% ، وعلى المستوى التعليمي تزداد نسبة غير جامعات في مشاهدة الأفلام والمسلسلات عن الجامعات بنسبة ٢٥,٥% ، ٨٥,٢% والفرق دال إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% حيث (Z = ١,٨٤) ، كما أنه بالنسبة للموظفات تقل نسبة مشاهدة لديهن عن غير الموظفات بنسبة ١٥% إلى ٩٥% ، وهذا يعود إلى وقت الفراغ المتوافر لدى أفراد العينة من غير العاملات .

جدول (١٠) : توزيع إجابات عينة الدراسة حسب آثار تعرضها للقنوات الفضائية والجنسية .

الجنسية		جملة التكرارات				بيان الإجابات
غير مواطنة	مواطنة	ك	%	ك	%	
١٢٠	٦٠٠	٧٥	٦٢,٥	٤٥	٥٦,٢	اكتساب مهارات
١٢٠	٦٠٠	٨٦	٧١,٦	٣٤	٤٢,٥	تدعيم ليم سائدة في المجتمع
٥	٢,٥	٣	٢,٥	٢	٢,٥	مدى أولويات القضايا
٦١	٣٠,٥	٤٠	٢٣,٣	٢١	٢٦,٢	تساعد في حل المشكلات التي تواجه
٤٥	٢٢,٥	٣٥	٢٩,١	١٠	١٢,٥	
-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر
٢٠٠	١٢٠			٨٠		جملة من سئلا

## البحسوث

لجميع القنوات الفضائية محل الدراسة ، حيث بلغت نسبة ٦٠,٠% ويلها في المرتبة الثانية اكتساب مهارات (٦٠,٠%) وتساعد في حل المشكلات (٣٠,٥%) والفرق بينهما ليس له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% ، وهذا دليل على أن القنوات الفضائية تلعب دورها في المجتمع واكتساب المهارات .

■ ولا فرق بين المواطنة وغير المواطنة في التعرض لتلك الآثار ، والفرق بينها ليست دالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% ، وهي على التوالي (٦٢,٥%) و (٥٦,٥%) .

■ وتدل الجداول التفصيلية على أنه على المستوى التعليمي والوظيفي لم توجد أية فروق جوهرية بين أفراد العينة للآثار ؛ نتيجة تعرضها للقنوات الفضائية حيث بلغت (٥٥,٥%) و (٦٢,٥%) و (٤٥,٨%) و (٦٥,٥%) وأما على المستوى الوظيفي غير أنه أيضاً لم توجد أية فروق حيث إن العاملة وغير العاملة أوضحت الآثار نفسها التي تعرضت لها من القنوات الفضائية .  
جدول (١١) : توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً للقنوات الفضائية الإماراتية وتلبية احتياجاتها وحسب الجنسية .

بيان الإجابات	جملته التكرارات		الجنسية	
	ك	%	مواطنة	غير مواطنة
ك	%	ك	%	ك
دبي	١١٤	٥٧,٠	٩٥	٧٩,١
الشارقة	٢٤	١٢,٠	٤٥	٣٧,٥
أبوظبي	٢٥	١٢,٥	١٥	١٢,٥
قناة الإمارات	٤٣	٢١,٥	٣٥	٢٩,١
أخرى تذكر	-	-	-	-
جملته من سؤلوا	٢٠٠		١٢٠	٨٠

تدل بيانات الجدول السابق (١١) ، والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

■ تبين أن معظم أفراد العينة تشاهد قناة دبي الفضائية لتلبية احتياجاتها ، حيث بلغت نسبة المشاهدة (٥٧,٠%) واحتلت المرتبة الأولى ، وعلى مستوى المواطنة وغير المواطنة وجد أن هناك فروقاً دالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥% حيث بلغت نسبة المشاهدة بين المواطنين ٧٩,١% مقابل ٢٥,٠% غير المواطنين وتليها قناة الإمارات ٢١,٥% وأبوظبي وبلغت ١٢,٥% ، بينما احتلت قناة الشارقة بنسبة المرتبة الأخيرة ١٢,٠% .

## البحوث

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية نجد أنه لا توجد أية فروق جوهرية دالة إحصائياً بين المتعلمات وغير المتعلمات ٨٥,١% مقابل ٢٥,٢% ، وبالنسبة للعاملات وغير العاملات نجد أنه لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً حيث بلغت النسبة ٤٥,٥% مقابل ٦٥,٥% ، وهذا دليل على أن معظم أفراد العينة سواء على المستوى الوظيفي أو التعليمي أو بين المواطنين وغير المواطنين يعتمدون على القنوات دبي الفضائية ، وقناة الإمارات في تلبية احتياجاتهم .

جدول (١٢) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب اسباب اختيارها لتلك القنوات الفضائية .

بيان الإجابات	جملة التكرارات		الجنسية	
	ك	%	مواطنة	غير مواطنة
	ك	%	ك	%
ما برامج أكثر للمرأة	٧٦	٣٨,٠	٧٥	٦٢,٥
برامج مسلية وترفيهية أكثر	٤٥	٢٢,٥	٢٥	٣١,٢
تحتوي معلومات احتاجها في حياتي اليومية	٣٥	١٧,٥	٢٠	٢٥,٠
برامج ذات طابع محلي أكثر	٤٨	٢٤,٠	٤٥	٣٧,٥
جملة من مسئولوا	٢٠٠		١٢٠	٨٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٢) والجداول التفصيلية على عدة نتائج ، من أهمها :

■ أوضحت أفراد العينة أن سبب اختيارها لتلك القنوات يعود إلى احتوائها على برامج المرأة أكثر نسبة (٣٨,٠%) ، وتلبيها برامج ذات طابع محلي بنسبة (٢٤,٠%) ولا توجد فروق دالة إحصائياً بين المواطنين وغير المواطنين بالنسبة لهذا السبب .

■ وعلى ذلك يفارق نسبى دال إحصائياً للأسباب التالية تسلية وترفيهية ، تحتوي على معلومات على التوالى ٢٠,٥% ، ١٧,٥% .

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية ، نجد أن هناك فروقاً جوهرية بالنسبة للمتعلقات وغير المتعلقات فيما يتعلق بسبب اختيارهن للقنوات الفضائية ، وجاء السبب بأن برامج المرأة ، ذات طابع محلي خليجي أكثر تنسب تترنوح ما بين (٤٥,٥% ، ٣٨,٩%) مقابل (٣٥,٢% ، ٤٦,٥%) .

■ وأما بالنسبة للحالة الوظيفية نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين العاملات وغير العاملات بسبب اختيارهن للقنوات الفضائية ؛ حيث بلغت النسب (٣٢,٧%) (٤٥,٨%) (٤٦,٨%) (٥٨,٩%) .

## البحوث

■ وهذا يدل على أن المرأة سواء كانت عاملة أو غير عاملة تهتم بنوعية البرامج ، التي تشاهدها في القنوات الفضائية وعلى احتوائها على برامج المرأة واحتوائها على برامج محلية .

جدول (١٣) : توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الاحتياجات التي تعتمد على القناة الفضائية لطبيعتها والجنسية .

بيان الإجابات		جملة التكرارات		الجنسية	
				مواطنة	
		ك	%	ك	%
القضايا والمشكلات الاجتماعية	١١٢	٥٦,٠	٥٨	٤٨,١	٥٤
تربية الأطفال	١٠٣	٥١,٥	٦٥	٥٤,١	٤٧
معرفة الموضة	٥٠	٢٥,٠	٢٦	٢١,٦	٢٤
معرفة البرامج الثقافية	٧٧	٣٨,٥	٤٥	٣٧,٥	٣٢
التوعية الأسرية	٣٤	١٧,٠	٢٠	١٦,٦	١٤
التوعية السياسية	٥٨	٢٩,٠	٣٥	٢٩,١	٢٣
مشاكل صحية ونفسية	١٠٨	٥٤,٠	٥٦	٤٦,٦	٥٢
جملة من سئلوا	٢٠٠		١٢٠		٨٠

تدل بيانات الجدول السابق (١٣) والجدول التفصيلية على ما يلي :

■ أن إقبال المرأة على مشاهدة القنوات الفضائية حسب احتياجاتها للقنوات الفضائية لتلبية حاجاتها هي القضايا والمشاكل ، جاءت أولى الحاجات التي تليها تلك القنوات ، حيث بلغت نسبتها ٥٦,٠% وتليها مشاكل صحية ونفسية بنسبة ٥٤% والفرق بين النسبتين ليس دالاً إحصائياً ، وهذا دليل على مدى أهمية هذه الاحتياجات بالنسبة للمرأة من مشاهدتها للقنوات الفضائية ، وعلى مستوى المواطنة وغير المواطنة لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى ثقة ٩٥% حيث بلغت النسبة كالتالي ٤٨,٨% ، ٥٦,٢% وبالنسبة ٥٤,١% و ٥٨,٧% للمشاكل النفسية ٤٦,٦% ، ٦٥% وليست هناك فروق جوهرية بين النسبتين ، وهذا دليل على أن تلك الاحتياجات مهمة بالنسبة للمواطنة وغير المواطنة .

■ أما بالنسبة للأسباب الأخرى وهي : معرفة الموضة والتوعية الأسرية ، والتوعية السياسية فقد جاءت على التوالي بنسب وبفارق نسبي ليست له دلالة إحصائية بينها وبين الأسباب السابق ذكرها ، حيث بلغت ٢٥,٥% ، ١٧,٠% ، ٢٩,٠% ، ٧,٥% .

## البحوث

■ وعلى مستوى الجداول التفصيلية نجد أنه بالنسبة للمستوى التعليمي والعاملات وغير العاملات ، فلا توجد أية فروق جوهرية بينها ؛ حيث إن معظمهم أبدوا الاحتياجات من القنوات الفضائية نفسها ، وهذا دليل على أن حل المشكلات ، وتربية الأطفال ، والمشاكل النفسية تعاني منها المرأة أينما كانت وظيفتها متعلمة أم غير متعلمة وموظفة أم غير موظفة، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة قامت بها " د. ليلي حسين " في بحثها عن اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها ، بالنسبة لتربية الأطفال والمشكلات المتعددة النفسية وغيرها .

جدول (١٤) : توزيع إجابات أفراد العينة حسب أهداف تعرضها للقنوات الفضائية والجنسية .

بيان الإجابات		جملته التكرارات		الجنسية	
				مواطنة	غير مواطنة
		%	ك	%	ك
المشاركة في الأحداث الاجتماعية	١٧	٨,٥	١٢	١٠	٥
الحصول على معلومات	١٠٧	٥٣,٥	٦٥	٥٤,١	٥١
تعلم مهارات	٧١	٣٥,٥	٤١	٣٤,١	٣٠
التفقه في الدين	٣١	١٥,٥	٢٥	٢٠,٨	٦
التسلية والمعرفة	٦١	٣٠,٥	٤٥	٣٧,٥	١٦
جملته من سئولا	٢٠٠		١٢٠		٨٠

يتبين من الجدول السابق (١٤) والجدول التفصيلية ما يلي :

■ يشير الجدول (١٤) إلى بعض الأهداف التي يتعرض لها أفراد العينة للقنوات الفضائية ، ومنها : الحصول على معلومات ٥٣,٥% ، والتفقه في الدين ١٥,٥% ، والتسلية والترفيه ٣٠,٥% ، وأخيرا المشاركة في الأحداث الاجتماعية ٨,٥% . وبالنسبة للمواطنة وغير المواطنة ، فلم توجد أية فروق جوهرية دالة بين العيتين في الأهداف السابقة ، كما أنه على المستوى التعليمي والوظيفي لم توجد أية فروق جوهرية دالة إحصائياً لأهداف العينة في التعرض للقنوات الفضائية ، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة ، التي قامت بها " د. ليلي حسين " في اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها .

## النتائج والتوصيات :

- أهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية الخاصة بمدى تعرض المرأة للقنوات الفضائية :
- معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية بشكل دائم حيث بلغت نسبة اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية ٨١,٥% .
- حصلت فترة المساء والسهرة على المرتبة الأولى من حيث مشاهدة القنوات الفضائية، حيث يشاهدها نسبة ٦٢,٥% ويليهما فترة الظهيرة بنسبة ١٧,٥% ، والفترة الصباحية بنسبة ٢٠,٥% .
- تبين أن مدة المشاهدة ٣ ساعات وأقل من ٥ ساعات تمثل الزمن الأكثر إقبالاً من قبل أفراد العينة المسبوحة، حيث نال المركز الأول بنسبة ٥٧,٥% ويليه - أقل من ٣ ساعات - بنسبة ٣٢,٥% - وأكثر من ٥ ساعات - ١٠,٥% .
- تشاهد معظم أفراد العينة المسبوحة القنوات الفضائية : عربية وأجنبية ، حيث بلغت نسبة مشاهدة تلك القنوات ٦٥,٥% واحتلت المرتبة الأولى وتليها القنوات العربية بنسبة ١٢,٥% والوطنية ١٢,٥% .
- تبين أن معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية الوطنية ، حيث احتلت قناة دبي الفضائية المرتبة الأولى بنسبة ٦٥,٥% وتليها في المرتبة الثانية قناة الإمارات بنسبة ٦٣,٥% وتليها أبو ظبي الفضائية ٢٦,٥% ثم الشارقة الفضائية بنسبة ٢,٥% .
- تبين أن أسباب التفضيل لمشاهدة القنوات الفضائية الوطنية تركزت حول أن لديها برامج عن المرأة بنسبة ٥٦,٥% وتليها معلومات ومهارات بنسبة ٤٣,٥% برامج عملية تعكس الواقع المحلي والمحلي ١٦,٥% ويليهما برامج ثقافية بنسبة ٧,٥% وبرامج ترفيهية ٢,٥% .
- تبين أن أهم القنوات الفضائية مشاهدة بين القنوات العربية الفضائية هي القناة المصرية ؛ حيث نالت ٦٠,٥% من نسبة المشاهدة بين أفراد العينة وتليها القناة الكويتية بنسبة ٤٨,٥% ، البحرين ٤٧,٥% وقطر ٣٢,٥% ثم تأتي بقية القنوات الفضائية العربية بنسب بسيطة جداً .
- أهم القنوات الأجنبية مشاهدة بين أفراد العينة هي قناة C. N. N حيث نالت المرتبة الأولى بنسبة ٦٥,٥% وتليها B. B. C بنسبة ٣٧,٥% ثم تأتي بقية القنوات.
- تبين أن أهم المواد التي تفضل العينة مشاهدتها هي الأفلام والمسلسلات ؛ حيث نالت ٦٠,٥% واحتلت المرتبة الأولى ، ويليهما برامج ثقافية بنسبة ٤٠,٥% برامج عن المرأة ٣٦,٥% والجمهور ٢٥,٥% نشرات أخبارية بنسبة ١٦,٥% .



## البحوث

- تبين أن أهم آثار تعرض المرأة للقنوات الفضائية تركزت حول اكتساب مهارات بنسبة ١٠,٠% ويليهما في المرتبة الثانية تعلم القيم السائدة في المجتمع ٤٥,٥% وتساعدنا في حل المشكلات التي تواجهها ٣٠,٥%.
- أهم القنوات الوطنية الإماراتية لتلبية المرأة الإماراتية ، هي : قناة دبي الفضائية ٥٧,٥% ويليهما الشارقة الفضائية بنسبة ٣٢,٥% وقناة الإمارات ٢٢,٥% .
- تبين أن أهم أسباب اختيار العينة للقنوات الفضائية أن لديها برامج عن المرأة بنسبة ٥٥,٥% ، وبرامج ذات طابع محلي ٣٨,٦% ثم برامج تسلية وترفيهية ٢٠,٥% .
- تبين أن أهم الاحتياجات التي تعتمد عليها المرأة من القنوات الفضائية هي القضايا والمشكلات الاجتماعية بنسبة ٥٦,٠% وتليها المشاكل النفسية ٥٤,٠% وتربية الأطفال ١٠,٥% .
- وأهم الأهداف التي أدت إلى تعرض العينة للقنوات الفضائية ، هي : المشاركة في الأحداث الاجتماعية بنسبة ٥٣,٥% والحصول على معلومات بنسبة ٣٥,٥% والتسلية والترفيه بنسبة ٣٠,٥% .

## أهم التوصيات :

- ★ ضرورة اهتمام القنوات الفضائية بتوعية المرأة بمتابعة البرامج المخصصة في القنوات الفضائية ، من خلال التنويه المستمر عن هذه البرامج وتشجيع المرأة فيها، ومعرفة أسباب عزوفها أو قلة الاهتمام بها ودعوتها للمشاركة الإيجابية في تلك البرامج من خلال معالجة قضايا المرأة .
- ★ ضرورة الاهتمام بالموضوعات المتنوعة التي تحتاج إليها ، والتي أهدت عدم الاهتمام بها أو هامشية الاهتمام بها مثل نشرات الأخبار والبرامج الدينية والبرامج الثقافية ؛ حيث نالت نسباً ضئيلة بين البرامج التي تشاهدها المرأة عينة الدراسة .
- ★ ضرورة اهتمام القنوات الوطنية بالبرامج الوطنية التي تعكس المجتمع المحلي والخليجي، حيث أقيمت عليها العينة بنسبة ٣٨,٦%، وهذا يعني نسبة لا بأس بها وتدعو إلى الاهتمام وزيادة حصة تلك البرامج في المخططات الفضائية الوطنية .
- ★ بالنسبة لاحتياجات المرأة واعتمادها على القنوات الفضائية لتلبية احتياجاتها في زيادة حصة البرامج الثقافية والتوعية الأسرية والتوعية السياسية ؛ حيث نالت نسباً ضئيلة من قبل عينة الدراسة .
- ★ ضرورة إجراء مزيد من الدراسات والبحوث الخاصة بالمرأة لتعرف الاحتياجات الفعلية لها من القنوات الفضائية ، وفقاً لمختلف الخصائص الاجتماعية والسياسية والاقتصادية .

## البحوث

- ★ معرفة أسباب إقبال المرأة على القنوات الفضائية العربية الأخرى ، ومركزها حول القنوات الفضائية المصرية ، الكويتية ، البحرينية ، وربما يرجع ذلك إلى عدم اهتمام القنوات الفضائية العربية الأخرى ببرامج المرأة ؛ حيث أكدت معظم أفراد العينة تفضيلها لبرامج المرأة وتربية الأطفال ومعالجة المشاكل النفسية .
- ★ زيادة حجرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية الوطنية ؛ حيث ثبت أن نسبة بسيطة من أفراد العينة تشاهد البرامج الدينية ، وربما يعود ذلك إلى قلة ظهور البرامج الدينية في معظم القنوات الفضائية .
- ★ وبالنسبة للمسرحيات ، أبدت العينة إقبالاً ضعيفاً جداً على المسرحيات ، وربما يعود ذلك إلى عدم عرض القنوات الفضائية العربية مسرحيات بشكل كاف ، وربما تركزت القناة المصرية في ذلك ؛ مما أدى إلى ارتفاع نسبة للمشاهدة لها من بين القنوات الأخرى .
- ★ زيادة حجرة أهداف البرامج التي تمثلت في تدعيم القيم السائدة في المجتمع واكتساب المهارات ، أبدت معظم أفراد العينة الإقبال عليها ، ومع الاهتمام أيضاً بالبرامج التي تساعد في حل المشاكل، والقضايا التي تواجه المرأة حيث تبين أن نسبة ٣٠,٥% تشاهد تلك البرامج ، ومعنى ذلك أن المرأة تستطيع أن تستفيد من البرامج في حل مشكلاتها اليومية .

## الهوامش:

- ١- ليلى عبد البعيد : اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها بحث مقدم لمؤتمر المرأة العلمي المستوى الثامن للإعلام العربي وللرأة ، القاهرة ١٨-١٤-٢٠٠١م ، ص ١٠ .
- ٢- فوزية العلي : علاقة المرأة بوسائل الإعلام بحث مقدم لنفس المؤتمر العلمي المستوى الثامن ، الإعلام العربي والمرأة ، القاهرة ٠٨-١٤-٢٠٠١ .
- ٣- هند عبد العزيز القاسمي : المرأة في الإمارات ، تحديثات التعليم والعمل واتخاذ القرار ، شؤون اجتماعية العدد ٣١ السنة الثانية ١٩٩١ ص ١٦٦ .
- ٤- أمنة خليفة : علاقة المرأة بالمراسج الثقافية بالتلفزيون دراسة ميدانية في مجلة شؤون اجتماعية العدد ٢٧ سنة ١٩٩٩ .
- ٥- فوزية العلي : برامج المرأة في محطات التلفزيون في دولة الإمارات وأمريكا . دراسة تحليلية مقارنة ١٩٨٩ .
- ٦- فوزية العلي : برامج المرأة في محطات الراديو في دولة الإمارات. دراسة تحليلية مجلة بحوث الاتصال القاهرة ١٩٩٥ ص ١٩ .
- ٧- هبة السمرى : دور الإماراتيات في مجال الإعلام المرئي - بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوى الثالث للإعلام العربي والمرأة : القاهرة ١٨-١٤-٢٠٠١م .
- ٨- عاطف العبد ، فوزية العلي : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات ١٩٩٤ ص ٣٣٠ .
- ٩- فوزية العلي - مرجع سابق ص ٣١٨ .
- ١٠- د. ليلى حسين السيد : اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي المستوى الثالث للإعلام العربي والمرأة ( القاهرة ١٨/١٤/٢٠٠١ ) ص ١٣ .
- ١١- د. أحمد البطاية - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الإذاعة .
- ١٢- د. محمد الجواهر - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم العلاقات العامة .
- ١٣- د. محمد المشمشي - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الإذاعة .
- ١٤- د. سيد مصطفى - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الصحافة .
- ١٥- هبة السمرى : مرجع سابق ص ٢ .
- ١٦- هند القاسمي : مرجع سابق ص ١٩٠ .

17- [www.albayan.com](http://www.albayan.com)

18- [www.useinteract.com.p1](http://www.useinteract.com.p1)

19- [www.ecsar.ac.ae.p2](http://www.ecsar.ac.ae.p2)

٢٠- هبة السمرى : مرجع سابق ص ٥ .

٢١- فوزية العلي : علاقة المرأة بوسائل الإعلام - دراسة ميدانية ٢٠٠١ ص ١١ .

٢٢- فوزية العلي : مرجع سابق ص ١٢ .

23- Father of Dubai Grame Wilson media prim p-3 1999

- ٢٤- فوزية الملي : علاقة المرأة بوسائل الإعلام مرجع سابق ص ٣٢٩ .
- ٢٥- هند عبد العزيز القاسمي : المرأة في الإمارات مرجع سابق ١٧٢ .
- ٢٦- فوزية الملي :علاقة المرأة بوسائل الإعلام مرجع سابق ص ١٣٢ .

المراجع :

- ١- آمنة خليفة : علاقة المرأة بالبرامج الطفالية بالتلفزيون . دراسة ميدانية في مجلة شؤون اجتماعية العدد ٢٧ ، ١٩٩٩ م .
- ٢- عاطف المبد ، فوزية الملي : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات ، منشور في مجلة بحوث الأهر ، القاهرة ١٩٩٤ م .
- ٣- فوزية الملي : علاقة المرأة بوسائل الإعلام بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثامن . الإعلام العربي والمرأة ، القاهرة ٢٠٠١/٠٤/٠٨ م
- ٤- فوزية الملي: برامج المرأة في محطات التلفزيون في دولة الإمارات والولايات المتحدة الأمريكية دراسة تحليلية مقارنة في مجلة العلوم الولايات المتحدة ١٩٨٩ م.
- ٥- فوزية الملي : برامج المسرأة في محطات الراديو في دولة الإمارات، مجلة بحوث الأهر ، القاهرة ١٩٩٥ م.
- ٦- ليلي عبد الحميد : اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثامن للإعلام العربي والمرأة ، القاهرة ٢٠٠١/٠٤/٠٨ م .
- ٧- هبة السمرى : دور الإماراتيات في مجال الإعلام المرئي ، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثالث ، الإعلام العربي والمرأة ، القاهرة ٢٠٠١/٠٤/١٨ م .
- ٨- هند عبد العزيز القاسمي : المرأة في الإمارات ، تحديثات التعليم والعمل واتخاذ القرار ، دراسة ميدانية ، شؤون اجتماعية ، العدد ٣١ ، السنة الثانية ١٩٩١ م.

9- Father of Dubai Grame Wilson Media Prime 1999

10- www.albayan.com

11- www.uacinteract.com

12- www.ecssr.ac.ae

١٣- أسماء محكمي الاستبيان :

- أحمد البطاية - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الإذاعة .
- د. محمد الجوهري - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم العلاقات العامة .
- د. محمود المشمشي - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الإذاعة .
- د. سيد مصطفى - كلية الاتصال - جامعة الشارقة - قسم الصحافة .

١٤- مجلة شؤون اجتماعية العدد ١٣ - السنة الثانية ١٩٩١ .

## أوراق العمل

### فن إدارة الشاشة

#### ١. سعيد نبيبي

**الحق** إن هذا العنوان يحمل أكثر من دلالة ...

فالمفروض أن إدارة الشاشة تشمل كل العمليات التي تنتهي بظهور مجموعة متناسقة ومتكاملة من البرامج ، تؤدي إلى تحقيق الأهداف المقصودة من الخدمة التلفزيونية التي تؤديها قناة بعينها .

ولكننا إذا أخذنا هذا المفهوم الواسع ، فإن الأمر قد يمتد إلى كل ما يتصل بالعمل التلفزيوني من إنتاج للبرامج والأخبار والإعلانات وغيرها ، وهو ما يتأتى عن القصر هنا ، إذ إن الذي نعنيه هو كيفية ترتيب المواد التلفزيونية وإعدادها للبث في فترات محددة ، وهو ما يسمى اصطلاحاً بعمليات : " التخطيط " و " التنسيق " و " التنفيذ " و " المتابعة " ، وتعرفها أصوله التي تستند إلى بعض المبادئ الأساسية في علم الاتصال الجماهيري ، وما يرتبط به من علوم اجتماعية متعددة .

فنحن أمام مجموعة من العمليات المترابطة ، يبدأ بعضها قبل البث ، ويستمر خلاله ، ويبدأ البعض بعد انتهائه .

والعنوان يتحدث عن "فن" ولا يقول "علم" ، إذ إن عملياته ، وإن كانت تستند إلى بعض القواعد العلمية ، إلا أنه يعتمد أيضاً على المهارات الفردية ، والتوجهات الثقافية والفنية والمهنية للفاعلين بها ، بحيث تختلف نتائج هذه العملية من فريق إلى آخر ، على الاختص في التفاصيل الدقيقة ، وهو ما لا يحدث في مجال " العلوم " .

وأحب أن أذكر منذ البداية أنه وإن كنا نتحدث عن " إدارة الشاشة " ، فإن معظم ما سنقوله ينطبق أيضاً على الإذاعة ، فيما لا يتصل بالصورة .

---

(\*) عضو مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون .

عن أي شاشة نتحدث ؟...

ولأننا لسنا بصدد الحديث عن مجموعة من المبادئ المجردة ، بل لابد أن يتصل الفكر النظري بالتطبيق العملي ، وفي التجربة المصرية بالذات ؛ لذلك ، علينا أن نحدد منذ البداية عن أي "شاشة" مصرية نتحدث...

ذلك ، أن التليفزيون المصري يقدم مجموعة مختلفة من القنوات ، يمكن أن نصفها - حسب أهدافها المحددة في الخطة الإعلامية الصادرة عن الاتحاد - على الوجه التالي :

أولاً : قنوات قومية عامة ، وهي : الأولى والثانية .

ثانياً : قنوات إقليمية عامة ؛ أي إما تخدم أقاليم محددة في مصر ، حق وإن كان إرسالها يمتد إلى خارج هذه الحدود بإذاعتها على القمر للمصري "نايل سات" ، وهي القنوات من الثالثة إلى الثامنة .

ثالثاً : قنوات متخصصة ، وهي تذايع على أقمار "نايل سات" أيضاً ، ولكنها تستهدف بالدرجة الأولى شرائح من الجماهير المصرية في مجالات محددة ، على الرغم من أنها تصل عن طريق القمر المصري إلى عسارج مصر ، في مجالات التعليم بمراحله المختلفة ، والبحث العلمي ، والعامة والثقافية والدراسا والطفل والأسرة ، والمهنوعات ، والأخبار (وهي تذايع كذلك على أقمار أخرى لتصل إلى مناطق أخرى من العالم) وهذه القنوات تذايع كلها باللغة العربية .

رابعاً : قنوات موجهة إلى الخارج عبر القمر المصري وأقمار أخرى ، وهي القناة المصرية الأولى والثانية ، وهما باللغة العربية وتستهدف الجماهير المصرية والعربية في الخارج ، وقناة " النيل T.V " وهي تذايع باللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية ، بالإضافة إلى قناة عربية أخرى موجهة بالذات إلى المصريين والعرب في أمريكا .

وهناك عند آخر من القنوات غير المملوكة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تصدر عن مصر عبر قمر نابل سات ، لعل أهمها الآن قنوات دريم والهور والسياحة ، وكلها باللغة العربية ، وتخرج عن إطار هذه الدراسة .

ومن الطبيعي أن " إدارة الشاشة " في كل قناة من هذه القنوات ، لابد أن تراعي فيها اعتبارات خاصة في التطبيق ، ولأنها تتفق جميعاً في كثير من القواعد العامة ... وقد يكون من المناسب أن نركز في هذه الصفحات على القناتين التوئستين ، الأولى والثانية والتين تذايعان على القنوات الأجنبية والقضائية أيضاً ، أولاً بحكم أنهما من القنوات العامة المتنوعة الأغراض ، ولأنهما وفقاً لكل استطلاعات

الرأى ، هما الأكثر مشاهدة في مصر التى لا يزيد عدد حائزى أجهزة الديكودر منها ، المتصلة بالأقمار الصناعية عن عشرين في المائة من المشاهدين .

#### الحاجة إلى المعلومات :

الحلقة الأولى من سلسلة حلقات الإدارة عموماً هي تحديد الأهداف العامة ، وهى مسألة تتصل أشد الاتصال بالجمهور المستهدف ، والرسالة المراد توصيلها...

والهدف العام في القناة القومية ، هو تحقيق توازن بين ما تقدمه من إعلام وتثقيف وتعليم وترفيه ، على النحو الوارد في الخطة الإعلامية التى تصدر عن الاتحاد ، وهو توازن مرن ، تحكمه اعتبارات متعددة ، ويعتمد على الظروف العامة المحيطة بفترة البحث... فإذا كانت الفترة مليئة بأحداث ساحنة ضاغطة ، فلا بد أن يعطى لها نصيب أوفر ، بخلاف فترات أخرى تكون الأحوال فيها هادئة أو مرتبطة بمناسبات معينة ، كشهر رمضان مثلاً ، حيث يكون للمواد الدينية والترفيهية المقام الأول ، وهكذا . والأمور يختلف بطبيعة الحال في القنوات المتخصصة مثلاً ، ولها حديث آخر . المعلومات إذا متوافرة بشكل عام فيما يتعلق بتحديد الأهداف ، والتى تتضمنها الوثائق الصادرة عن الاتحاد ، وما يدلى به كبار المسؤولين من تصريحات تمر عن السياسات العامة للدولة .

أما المعلومات المتصلة بالجمهور المستهدف ، فهذه هى القضية التى أخصى أن أقول إنها كثيراً ما تنيب عن وعى المسؤولين عن التخطيط، والذين ينصب اهتمامهم في الدرجة الأولى على الرسالة، أى البرامج بأنواعها المختلفة .

المعلومات الخاصة بالجمهور المستهدف يمكن الحصول عليها من نتائج البحوث المختلفة التى يقوم بها الاتحاد أو الجمعاعات ، أو غيرها من المؤسسات البحثية... والمهم فيها تحديد الشرائح العمرية للمشاهدين ، وما أولوياتهم في المشاهدة ؟ وما أفضل المواعيد لديهم ؟ وما احتياجاتهم الحقيقية التى يمكن للإعلام إشباعها ، بصرف النظر عن اهتمامهم ؟ على الرغم من أنما توضع في درجة متقدمة في سلم الأولويات ... هذا بالإضافة إلى تصريف القنوات الأخرى التى يفضل مشاهدتها ، ومتى ... ولماذا ...

والحق ، إن التكنولوجيا الرقمية الحديثة ، تسهل من مهمة الحصول على هذه المعلومات ، بالإضافة إلى أدوات البحث الأخرى... ولو أن الحصول على المعلومات ليس هو كل شيء ، فإن تفسيرها وتحليلها يأتى على الدرجة نفسها من الأهمية ، لإمكان الاستفادة منها في إعداد البرامج وتنسيقها وتحديد أطرها في الخرائط البرامجية المختلفة ...

### المبادئ الحاكمة في رسم الخرائط :

قد يكون من المناسب هنا التنبيه إلى أمرين ...

الأمر الأول : أن رسم خريطة البرامج ، أو بالمعنى الاصطلاحي " التنسيق " ، أى ترتيب المواد لللماعة وتحديد مواعيدها ، لا يتضمن البرامج وحدها ، بل يضم كل ما يظهر على الشاشة من مواد ، وهى تتراوح بين نشرات الأخبار الرئيسية والموجزة ، والبرامج الإخبارية والبرامج الأخرى بأنواعها من ثقافية وتعليمية ودرامية ومنوعات ، أو برامج للأطفال والشباب والمرأة ، وأغان منفردة أو أفلام ومسلسلات أجنبية ومددها المتنوعة ، وتنويهات الخدمات العامة ، والتنويهات عن البرامج القادمة ، ومواد الربط سواء كانت بصورة للذيع وصوته ، أم بالصوت فقط : تعليق على صور أو بيانات رقمية أو مرسومة ... وبشكل عام كل ما يظهر على الشاشة .

الأمر الثاني : أن ما نسميه "خريطة" البرامج ليست خريطة واحدة ، فهو يبدأ بخريطة عامة ، تتناول دورة إذاعية مدتها ثلاثة أشهر في الأغلب الأعم ، اكتفى بتحديد نوعية المواد دون تفصيلات ، فهى تذكر مثلاً عبارة " مسلسل عربى " أو " فيلم أجنبى " دون تحديد التفاصيل ، حتى يمكن عنه النظر إليها بشكل شامل لإدراك مدى توازنها ، من حيث احتوائها بشكل معقول على النوعيات المختلفة للبرامج ، ومدى ملائمة مواعيد البث لشرائح الجمهور المستهدف ... برامج الأطفال دون سن المدرسة ، على سبيل المثال : تلذع في أوقات معينة " تختلف عن برامج أطفال المراحل التالية ، والبرامج التعليمية والبرامج الموجهة للمرأة العاملة أولويات البث أو غيرها ، كل منها له جمهوره المستهدف ، الذى لابد من مراعاة ظروفه المناسبة لاستقبال البرامج .

ويتمتع عن هذه الخريطة العامة ، خرائط أخرى تفصيلية شهرية ثم أسبوعية أكثر تفصيلاً ، تليها خريطة البرنامج اليومي الذى يحدد كل التفاصيل الفنية والتقنية لما يذاع ، ومواعيد الإذاعة بالدقيقة والثانية ، وهو ما ينشر في الصحف بقرار من الاختصار .

وهنا لابد من تأكيد أن ما ينشر في الصحف ؛ أى يتوه عنه من خلال برامج التلفزيون أو الإذاعة ، يعتبر وثيقة واجبة الاحترام ، وأى خروج عليها - لا تستلغيه الضرورة القصوى - هو خروج عن تقليد إذاعى أصيل ، ويحمل قدراً من عدم الاحترام لجمهور المشاهدين ، ويعود بالضرر على مصداقية التلفزيون .

وهناك عدة اعتبارات لأية أمر مماثل عند وضع خرائط البرامج العامة أو التفصيلية نذكر فيما

يلى أهمها :



١- إننا تقدم البرامج - كما سبق أن أكدنا - في الأوقات المناسبة للجمهور المستهدف - لا يعني هذا فقط البرامج ذات الجمهور الخاص ، كبرامج الطفل أو المرأة أو الطلبة وغيرها ، وإنما البرامج الأخرى ذات الجمهور العام كان ناجح بالإخبارية أو الثقافية أو البرامج الدرامية والمباريات الرياضية وغيرها ، احتراماً لمعادات جمهور المشاهدين في ترتيب حياتهم اليومية ، وعدم دفعهم دفعاً إلى السهر على سبيل المثال : الأوقات متأخرة من الليل في انتظار برنامج له تأدية خاصة ، أو أن يذاع في وقت مبكر من الصباح . وبطبيعة الحال ، فإن عادات الناس في المشاهدة وفي الحياة عموماً تنقيد بالظروف ، فمواعيد الشتاء غير مواعيد الصيف ، كما أن الإجازات الدورية أو غير الدورية لها مواعيدها الخاصة ، وكذلك الحال في اهتمامات المشاهدين .

٢- تعتبر نشرات الأخبار من الركائز التي تستند إليها خريطة البرامج ، فمواعيدها ثابتة على مدار العام باستثناءات محدودة جداً تحمها المناسبات الدينية أو الوطنية .

وهناك ركائز أخرى كمواعيد أذان الصلاة أو تلاوة القرآن الكريم ، وبعض المناسبات الدينية الخاصة - كما لا بد من تثبيت مواعيد البرامج ذات الجمهور الخاص على النحو الذي سبق الإشارة إليه .

٣- هناك أولوية خاصة للأحداث التي يمكن ، بل ويفضل ، أن تنقل على الهواء مباشرة ، سواء كانت سياسية أم رياضية أم ثقافية ، بالإضافة إلى بعض الأحداث الطبيعية أو الإنسانية المفاجئة ، ولها أهمية خاصة لدى جمهور المشاهدين ... فقد أوصلنا التقدم التكنولوجي إلى مرحلة البث الآلي ، أو بث الأحداث ساعة وقوعها ، وإمكان نقلها من أى مكان في العالم . وقد أصبح مثل هذا البث جذابية خاصة بالنسبة للأحداث التي تهم قطاعات واسعة من المشاهدين ... فإذا كان البث مفاجئاً ولم يمكن توقعه من قبل ، فيترتب عليه تعديل ترتيب إذاعة البرامج أو إلغاء بعضها ، أو تأجيل إذاعته لفترة أخرى ... وهنا لا بد من إعلام المشاهدين بعمليات إعادة الترتيب أو الإلغاء .

٤- ضرورة تنوع المواد المتابعة ، سواء من حيث المضمون أم الشكل ، وهو مالا ينطبق بطبيعة الحال على القنوات المتخصصة ... بحيث يكون برنامج القناة في شكله النهائي متوازناً يحقق رسالة القنوات العامة في الإعلام والتثقيف والترفيه ، وفي العناية باهتمامات شرائح المجتمع المختلفة ، سواء كان هذا الاختلاف في مستوى التعليم ، أم الدخول أم المرحلة العمرية أم الجنس .

٥- أن تترك فراغات محددة على الخريطة للفترات الإعلانية ، سواء ضمت هذه الفترات إعلانات تجارية أم تنويهات للخدمة العامة أم تنويهات عن البرامج التالية في اليوم نفسه أو الأيام التالية

## أوراق العمل

نفسها. والتنوع مطلوب في هذه الفترات أيضاً ... فلا توضع تنويهات الخدمة العامة متتالية ، فلا يذاع تنويه خاص بتنظيم الأسرة مثلاً ، يليه مباشرة آخر نحو الأمية ، ثم ثالث لتعليم البنات ... وهكذا ، الأمر الذى يثير الملل ويفقد التقدم مع مفزاه ... كما لا تذاع الإعلانات التجارية متتالية عن سلع أو خدمات متنافسة .

وسواء كانت هذه الفراغات بين البرامج وبعضها أم كانت في إطار برنامج واحد ، فلا بد أن تكون محدودة الوقت ، بحيث لا تثقل على المشاهد ، ويمكن أن تصرفه عن المتابعة ... فمن غير المعقول إذاعة إعلانات تجارية تصل مدتها إلى ثلاثين أو ربما أربعين دقيقة مثلاً ، قبل حلقة من مسلسل درامى ناجح ، كما يحدث أحياناً ، بناء على طلب المعلنين ، ولكن ماذا عن المشاهدين... ١٩

٦- الأخذ في الاعتبار ، ما يذاع على القنوات الأخرى الأكثر مشاهدة... وإذا كان من المستحيل عملياً التنسيق بين عشرات قنوات مصرية داخلية مثلاً ، أو عشرين قناة مصرية وعربية يزيد عددها باستمرار ، فلا أقل من أن يجرى التنسيق بين القنوات الأولى والثانية ، وكذلك الثالثة التى تغطي منطقة القاهرة الكبرى التى تضم أكبر من ثلاثين في المائة من المشاهدين ... بل إنه من الممكن اعتبار القناة الثانية البديل الطبيعي لمواد تذاع على القناة الأولى لانهم إلا جمهوراً محدداً من المشاهدين- والعكس صحيح أيضاً .



على أن وضع الخرائط وحدها لا يكفي لإتمام الخدمة ، بل لابد أن تكملها عمليات "التنفيذ" المناسبة... ولهذا حديث آخر .

وأخيراً ، نود تأكيد أن جودة البرامج وحدها لا تكفي لجذب انتباه المشاهدين ، وإشباع احتياجاتهم ورغباتهم ، بل لابد أن تدار هذه البرامج في تقديمها وترتيبها وتناسقها بما يحقق الأهداف التى تسعى إليها الخدمة التلفزيونية .



## دور الفضائيات العربية في دعم

### الدبلوماسية العربية

السفير د. عبد الله الأشعل<sup>(١)</sup>

#### مقدمة :

**أصبحت** الفضائيات العربية - بلا جدال - ظاهرة متنوعة النتائج ، وحقيقة فرضت نفسها منذ دخولها عصر الفضاء ، مع بدايات تسعينيات القرن الماضي ، وكان طبيعياً أن تخضع هذه الظاهرة للتقييم بهدف ترشيد استخدامها والاستفادة منها . ويبلغ عدد الفضائيات العربية رقماً قياسياً تجعل على عدد من الأقمار الوطنية والعربية والدولية ، بحيث ازدحمت الساحة الفضائية بهذه الأعداد ، وظهر سياق محموم بينها لجذب المشاهد العربي في المنطقة وفي عارجها ، بحيث أصبحت تلعب أدواراً متنوعة في حياة المواطن العربي ، وخاصةً المواطن المغترب .

والثابت أيضاً أن بعض الفضائيات العربية مثل : "الجزيرة" و "العربية" قد احتكرت التغطية الإعلامية للأحداث العربية مقارنة بالاحتكار الإعلامي لقنوات BBC و CNN في تغطية حرب الخليج عام ١٩٩١ ، مع تمييز الفضائيات العربية بأنها تستخدم اللغة العربية وتلتزم بلغة خطاب سياسي معينة ، وتتمتع بدرجة عالية من الحرفية .

ولا شك أن الفضائيات العربية تقوم بدور مهم في تشكيل الوعي والرأي العام، وكذلك في التأثير على صناعات القرار ، كما أنها تنافس الإعلام الغربي في ذلك وتقضي على الاحتكار الخيري على الأقل لهذا الإعلام .

بل إن الإعلام الغربي هو الذي أصبح ينقل عن هذه الفضائيات ، خاصة أن التنافس بينها يدفعها إلى تقصى الحقيقة، وبناء الثقة بينها وبين المشاهد العربي ، خاصة بعد أن انتقلت من المستوى التعليمي إلى العالمية والتفاف المشاهد حولها ، وتأجج حروب الخليج والعراق وفلسطين ، خاصة بعد أحداث

---

(١) مساعد وزير الخارجية السابق - أستاذ القانون الدولي والعلاقات الدولية .

## أوراق العمل

١١ سبتمبر ، حتى ضاقت الولايات المتحدة بقناتي : الجزيرة والعربية ، وأعلنت الحرب ضدّهما على أساس أن القناتين في زعمهما تحرضان ضد الغرب والسياسة الأمريكية . وهذا هو السبب في طلب الحكومة الأمريكية في مارس ٢٠٠٤ من الحكومة القطرية اتخاذ إجراءات ضد القناة، كما ألما أنشأت قناة الحرة في العراق لتنافس القنوات العربية الأخرى في مساندة السياسة الأمريكية . تنوى الدبلوماسية العامة الأمريكية بكل أدواتها الإعلامية أن تعمل في الشرق الأوسط ما فعلته في شرق أوروبا .

### في ضوء هذه الحقائق تعالج هذه الورقة نقطتين :

الأولى : العلاقة بين الثورة الإعلامية والوظيفة الدبلوماسية، والثانية توظيف الفضائيات العربية في خدمة القضايا العربية .

### أولاً : العلاقة بين الثورة الإعلامية والوظيفة الدبلوماسية :

يجب أن نفرق ابتداءً بين علاقة الإعلام بالدبلوماسية في الدول النامية والعلاقة نفسها بينهما في الغرب .

فقد فهم الغرب منذ البداية العلاقة الحميمة بين الإعلام والسياسة ، على أساس أن الإعلام جزء من القرار السياسي بصوره المختلفة، وأن الإعلام في الوقت نفسه حق للمواطن ، ويستطيع المواطن أن يتمسك بهذا الحق أمام القضاء، مادام النظام القانوني في الغرب يجعل الإعلام ومصاديقته حارساً في الوقت نفسه على قيم المجتمع وعلى حقوقه في مواجهة الحكومة .

ومن الواضح ، أن هاتين الحقيقتين : الطابع السياسي للأداة الإعلامية ، والوظيفة السياسية المجتمعية للإعلام ، هي التي تقوم عليها الديمقراطية الغربية ، وفي ضوءها يمكن أن نفهم كثيراً من القضايا التي كان الإعلام طرفاً فيها على الأقل في الشهور الأخيرة، فلا نزال نذكر انتحار العالم البريطاني " ديفيد كاي " لأنه أدلى بمعلومات لمحة الإذاعة البريطانية حول عدم دقة المعلومات التي ترددها الحكومة البريطانية، وانتقبح بها الرأي العام، عن وجود أسلحة دمار شامل في العراق، ثم تبين هيئة الإذاعة البريطانية لموقف طلب دفاعاً عن حق الشعب بالكشف عن زيف الادعاءات والذرائع التي شاركت بها بريطانيا واشنطن في الهجوم على العراق في مارس ٢٠٠٣ .

وقد ركزت هيئة الإذاعة البريطانية على أن الإعلام هيئة رقابية ، أو سلطة سياسية ضد الحكومة التي لا يجوز لها من الناحية الأخلاقية والسياسية أن تتحدع الشعب ، وأن تستلججه إلى تأييد قراراتها في العراق ، وحتى عندما أحيل الموضوع بأكمله ، حول الخلاف بين رئيس الوزراء وهيئة الإذاعة البريطانية

إلى تحقيق مستقل أعلنت هيئة الإذاعة البريطانية احترامها لتتائج التحقيق ، رغم اختلافها معه ، وحرصها على إظهار جوانب الخلل فيه حتى تقيم التوازن الدقيق بين الحرية التي تتمتع بها السلطة القضائية وحق الشعب في المعرفة .

أما الموقف الثاني ، الذي يجب التنويه به في هذا المقام ، فهو موقف الإعلام الأمريكي من قضية تعذيب المعتقلين العراقيين ، ودخوله في صراع مع الكونغرس الذي انشغل بهذه القضية ، بعد أن أصبحت قضية عالمية وبلغ استنكارها حد التنديد بها في اجتماعات دولية مهمة .

في هذه القضية يتضح أن الإعلام الأمريكي يفهم وظيفته في الانحياز إلى الحق في كشف التجاوزات ، ولم يكتثر ببعض الدفوع التي تمسكت بها الإدارة الأمريكية أحياناً دفاعاً عن الوزير المختص بأن نشر هذه الصور يعد انتهاكاً لقوانين الأسرار العسكرية ، ويبدو أن اتساع نطاق هذه الفضيحة قد أرغم الإدارة على التخلي عن هذا الموقف وعدم الدخالة فيه ، بل إن وزير الدفاع الأمريكي ألهم أجهزة الإعلام التي نشرت هذه الصور بأنها انتهكت اتفاقات جنيف ، وهو قلب كامل للقانون الدولي ، وهو يعنى معاقبة من يبلغ عن الجريمة لكي يفلت المجرم من العقاب .

أما عن علاقة الإعلام بالدبلوماسية ، فقد ميز الغرب وفقاً للعرض السابق بين ما يجب أن يظل سرّاً مراعاة لصالح الرأي العام وليس سرّاً على نوابه في البرلمان ، كما قد يكون سرّاً في مرحلة محدودة تنتهي سرته بعدها ، وتصبح المعلومات بشأنه ملكاً للجميع يجب إذاعتها . ولذلك ، فإن ما نشر به الرئيس " ويلسون " بعد الحرب العالمية الأولى من انتهاء عصر الدبلوماسية السرية ، كانت استجابة لتطور الديمقراطية في النظم الغربية ، وتكفوفاً عن وبيلات الحرب التي تسببت الدبلوماسية السرية في اندلاعها .

وعلى الرغم أن هناك تناقضاً شكلياً بين حرص الدبلوماسية على سرية معلوماته وحرص الإعلام على إخضاع هذه المعلومات للرقابة الشعبية ، فإن دول العالم الثالث لم تتمكن كما فعل الغرب من العثور على صيغة مناسبة لحل هذه الإشكالية . فلا تزال هذه الدول تدرك قيمة الإعلام ، خاصة في عصر السماوات المفتوحة ، وعجز الحكومات في العالم الثالث عن حصر معلومات المواطن وثقافته فيما تقدمه أجهزته الوطنية من مواد ، ذلك أنه من الثابت : أن السيادة الإعلامية لا تتطابق مع السيادة السياسية ، أي لا تتطابق مع الحدود الجغرافية للدولة ، بينما تعتمد السيادة الإعلامية على امتلاك القدرات التكنولوجية والمنطق الإعلامي والقدرة على تأليف عقول المشاهدين ، وهذا يتسجم مع التطور الذي حدث في العالم ، وهو : أن الشؤون الداخلية لم تعد كلها خاضعة لسلطان الدولة ، وأن

الاتصال بالعالم الخارجى لم يعد جريمة جنائية، أو تهديداً لأمن الدولة ، بعد أن أصبح في وسع المواطن أن يستعمل تقنيات الاتصال الحديثة بحرية كاملة .

وبالقدر نفسه ، فإن القدرة الإعلامية الفضائية قد أضيفت لسبب من أسباب قوة الدولة إلى الجغرافيا السياسية ، والجغرافيا الاقتصادية ، فظاهرة الجيوميديا لم تعد محل شك ، بعد أن أثبتت قناة الجزيرة قيمتها بالنسبة لمكانة قطر وقد انشغلت الدراسات الدبلوماسية منذ ظهور بوادر ثورة الاتصالات بقضية مهمة ، وفي إثر هذه الثورة على الوظيفة الدبلوماسية من الناحية الفنية . بحيث أصبحت الدبلوماسية الفضائية satellite diplomacy من حقائق الحياة السياسية ، وأهم أدوات الدبلوماسية العامة Public Diplomacy .

وكان هناك اتجاهان، الأول : يرى أن التقنيات الإعلامية الحديثة سوف تجعل الوظيفة الدبلوماسية قليلة الأهمية ، على أساس أنها تقوم في جزء كبير منها على الحصول على المعلومات ، وأنه مع انكشاف المجتمعات يسهل الحصول على هذه المعلومات بالسرعة والكثافة اللازمة .

أما الاتجاه الثاني، فيرى : أن هذه النتيجة هي تبسيط للوظيفة الدبلوماسية التي تبدأ مهامها بتمثيل الدولة المرسله لدى الدولة المضيفة، ولذا لا يمكن الاعتماد فيها بشكل موحد ومعياري على الأخبار الماحلة التي تركز على السبق الإعلامي ، فضلاً عن أن البعثة الدبلوماسية في بعض الأحيان تلعب دوراً مهماً في العلاقات الثنائية بين البلدين . ولذلك ، انتهى أنصار هذا الاتجاه إلى أن ثورة وسائل الاتصال نقلت الأداء الدبلوماسي إلى آفاق جديدة . وحتى لو صح أن الثورة قد نشطت دبلوماسية القمة التي كانت هي الأخرى تحدد في نظر البعض ، عندما بدأت في أوائل السبعينيات من القرن الماضي جوهر الوظيفة ، فإنه سيظل لها على الأقل دور المتابع والمنفذ ، فضلاً عن أنها منتظلة أذن الدولة المرسله ولسانها ، والممثل القانوني لها والحامي لمصالحها ، وتظل دبلوماسية القمة وثورة المعلومات ووسائل نقلها عوامل دافعة لازدهار الوظيفة الدبلوماسية وتطورها ، مما يفرض أنماطاً جديدة من وسائل تنفيذ متطلبات السياسة الخارجية في كل دولة ، ويعيد ترتيب العلاقة بين الإعلام والدبلوماسية ، على الأخص في دول العالم الثالث التي يجب أن يبدأ ضبط هذه العلاقة فيها بدعم قضية الديمقراطية والتطور الوطني داخل هذه الدول .

### ثانياً : توظيف الفضائيات العربية في تعزيز الدبلوماسية العربية

إذا كان الإجماع منعقداً على أهمية الفضائيات العربية لإثبات الوجود العربي الشكلي على الأكل وسط مجموعة عمالقة الإعلام (the global media giants) ، التي أتاح ظهورها وانفرادها خصخصة أجهزة الإعلام الوطنية وظهور تكنولوجيا الاتصال ، فأصبحت تمثل الإرساليات الرأسمالية . فإن لهذه الفضائيات أدواراً مهمة أخرى في تشكيل الوعي وتطور المجتمع ، وفي تناول الفكر القومي والقطري والموازنة بينهما ، بل ذهبت بعض الدراسات إلى أنها تقوم بدور مهم في ربط للمهاجرين العرب في أمريكا بقضايا أوطانهم وتعميق الشعور القومي، وخاصة لدى الجيل الثاني<sup>(١)</sup>.

وعلى الرغم من هذا الأثر الإيجابي بشكل عام للفضائيات العربية ، رأى البعض الكثير من السلبيات في مواقفها ، فاقمها البعض بأن بعضها كان بوقاً للإعلام الأمريكي خلال العدوان على العراق باسم الموضوعية والحياد ، وهي في الواقع متأثرة بالمواقف الرسمية العربية القطرية، وغير ذلك من أوجه النقد ، التي حفل بها مؤتمر كمبودج السالف الإشارة إليه في مارس ٢٠٠٤ ، كما نشر عديد من الدراسات في الاتجاه نفسه ، منها دراسة « جهاد فخر الدين » الذي يعتبرها حصان طروادة لنقل الأنكسار والتقسيم الغربية (Trojan horse and media values) ، وأشار آخرون إلى خطورة الفضائيات العرقية التي تحارب الاتجاه القومي وتكرس العرقية في النظم المستبدة، مثلما حدث في العراق، ولكن هذه السلبيات لا تقلل في نظر البعض الآخر من أهمية هذه الفضائيات، كما ركز على ذلك مؤتمر مركز دراسات فنون الإعلام بالجامعة الأمريكية في بيروت في مارس ٢٠٠٤ .

أما الدور الحالي للفضائيات في دعم الدبلوماسية العربية فهو يتسم بعدد من الخصائص، التي تسهم في بلورة دبلوماسية عربية رسمية، فعلى الرغم من أنه لا توجد هناك دبلوماسية عربية واحدة، ولكن دبلوماسيات عدة من الدول العربية تحكمها اعتبارات تتصل بنظرة كل دولة إلى مصالحها في عصر التفكيك الأمريكي المشترك، مما خلق أزمة في العمل العربي المشترك، فإنه يمكن القول حقاً أن هناك عتقاً قاعدياً تركز عليه المواقف العسرية ، والتي تسمح بلور عربي فاعل أحياناً ، وهو بدوره يسمح بالتحرك الإعلامي ويضئ الضوء الأعمى للفضائيات، خاصة : الوطنية الضيقة التي تدخل بحال المناقشة الإعلامية بعقلية الموظفين ، دون أيديولوجية مهنية أو سياسية تسمح لها بالانفلات من قبضة أجهزة الرقابة الوطنية .

## أوراق العمل

**الخصيصة الأولى :** أن الفضائيات العربية جميعاً تسعى إلى نشر الوعي حول بعض أسباب الخلل في العالم العربي ، وأسباب هزيمته في جميع المجالات ، على الرغم من توافر مقومات النهضة لديه ، وقد لوحظ أن بعض هذه الفضائيات لم تلتزم بالخطوط الحمراء المفترضة ، وتمسكت بمجادها بين المتحدثين حتى تكون أيضاً ساحة حرية الرأي الذي يفتقده المواطن العربي في بعض بلاده الأصلية .

**الخصيصة الثانية :** هي أن هذه الفضائيات ، وهي تغطي الأحداث العربية الساعنة تدرك أن المساحة العربية قد أصبحت مركز استقطاب الإعلام الدولي ، وأنها الساحة التي يتكالب عليها الجميع كما تتوالب الأكلة على قصعتها . وتدرك أيضاً أن دقة المناخ والموضوعات التي تنصدي لها ، فلاذت بالحساد والمهنية ، واستعدت كما يقول المسؤولون فيها ، فيما يتعلق بالعراق بتحديد المصطلحات ، وحاولت الالتزام بالمهنية ، ولم تعتمد إلى التورط في الحرب أو التوجيه السياسي للمشاهد . وإذا كان هذا الموقف هو بالذات الذي لقي النقد من بعض الخوارج ، فإنه هو الذي حافظ على هوية الفضائية محل البحث ، وجلب لها ثقة المشاهد العربي ، وأطراف الصراع في الغرب .

وقد أشار تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٣ إلى أن بعض الفضائيات العربية نجحت في إدخال ديمقراطية الحوار بدلاً عن الكبت السياسي في نظمها الوطنية ، كما سجل التقرير نجاحاً إعلامياً للفضائيات العربية ، يوازي النجاح العسكري لقوات التحالف في العراق ، وعني أن يكون ذلك بداية لدور أكبر "للعنسة العربية في رؤية العالم"<sup>(١٧)</sup> .

**الخصيصة الثالثة :** وهي التي أشار إليها تقرير التنمية الإنسانية العربية ٢٠٠٣ من أن الإعلام الرسمي يتسم بالسلطوية والأحادية والرقمية والقدسية ، والتركيز على الأخبار المحلية والمسؤولين ، وهذه الخصيصة تعطي قيمة أكبر للفضائيات القومية .

لفتت الفضائيات العربية النظر إلى استقطابها للمشاهد العربي حرص الاعلام الغربي على التعاون معها والاستفادة من عطاياها للنفاذ إلى المشاهد العربي .

وعلى الرغم من الحياد والمهنية اللذين اتسم بهما "أداء الفضائيات القومية"<sup>(١٨)</sup> فإن المنار على سبيل المثال ، وهي حزبية أيديولوجية إسلامية قدمت نموذجاً فريداً في تحسين الصورة الإسلامية والشيعية بوجه خاص ، بعد أن طغت النزعات القومية العربية على الأطياف العرقية والدينية .

(١٧) أي التي لا تلتزم بتقاليد الإعلام العربي الرسمي ، وهي : الجزيرة ، العربية ، MBC ، المنار ، وأبو ظبي .



دور الفضائيات في دبلوماسية الحوار العربي / العربي :

إذا كانت واشنطن حريصة على أن تكون الفضائيات آمنة في نقل القيم والآراء بين كل من أمريكا والعالم العربي والإسلامي، فإن هذه الفضائيات نجحت في تعزيز التفاهم داخل العالم العربي ، وتسهيل التواصل اللغوي ، ورفع الوعي السياسي والقومي من خلال إشاعة الطابع الإقليمي للأخبار rationalization ، كما نجحت في بلورة هوية المنطقة العربية وثقافتها ، وفتحت كل المحظورات بين الشرق والغرب للمناقشة مظهرا نجحت في ربط العالم العربي بالخارج ، والمساهمة في تطوير المجتمع المدني العربي . كذلك ساهمت هذه الفضائيات في إدراك المخاوف من الغزو الثقافي الأجنبي ومحاولة تقليل الآثار السلبية للعولمة الثقافية . وبالرغم من كل هذه التطورات والإيجابيات، فإن بعض الدراسات لا تزال ترى هذه الفضائيات في هذا المجال في طور الطفولة .

ولسنا بحاجة إلى الإشارة إلى أن السياسة الخارجية لا تتأثر فقط بالفضائيات، وإنما أصبح للإنترنت دور هائل في هذا التأثير ، وهذا ذلك واضحاً من خلال الغزو الأمريكي للعراق، حيث اتضح أثر السيطرة على اتجاهات الرأي العام في التأثير على قرارات السياسة الخارجية الأمريكية، وهو ما ظهر منذ حرب فيتنام .



## دور الإعلام فى الحفاظ على التراث

أ. د. توفيق الفيلى

### أثر الإعلام فى الحفاظ على التراث

**تسارث** كل أمة هو مجموعة قيمها وتقاليدها وتجاربها ، وهو يتمثل فى إبداعاتها ، وما خلفته من ثقافة وفكر وفن ، على امتداد عصور طويلة . ولا شك أن العقيدة الدينية تمثل جانباً مهماً ورئيساً من هذا التراث .

### لماذا تهتم الأمم بتراثها

ومن الجلى الذى لا يقبل الجدل ، أو المرء أن الأمم كلها : المتقدم فيها ، والذى يسعى إلى التقدم يهتم بما خلف آباءه وأجداده من تراث ، ويرى فى هذا التراث الزاد الذى يمدّه بأسباب النمو ؛ لأن هذا التراث يتضمن - فيما يتضمن - تجارب الشعوب الناجحة ، فيأخذ الخلف بما كان سبباً فى نجاح السلف . كما يتضمن التعارب التى لم يكتب لها النجاح فيحاول الخلف البحث عن الأسباب التى أدت إلى ذلك .

ونحن نرى شعوب الأرض قاطبة تهتم بهذا التراث ، فتحصى مامات منه ، وتسجل ما تخشى عليه من الضياع ؛ حتى يظل تاريخها حياً ، ويكون هذا التاريخ سندها الذى تركز عليه فى شق طريقها إلى المستقبل الأفضل .

ونحن نرى شعوباً لم يكن لها تاريخ مذكور ، تعمل على سلب تاريخ أمم أخرى من أجل أن تمكن نفسها فى الأرض .. لأنها على يقين من أن الأمم التى لا تراث لها تعيش بغير جذور ، والذين لا جذور لهم يسهل اقتلاعهم من الأرض . إن الأمم التى لها حضارات هى الأمم التى تقف شائعة فى وجه التيارات العاتية التى تحاول الانقضاض عليها ، والأمم التى كان لها تراث مشهود صمدت للحملات التى شنت عليها ، وهزمت الاستعمار الذى حاول أن يقضى عليها .

---

(\*) كلية دار العلوم - جامعة القاهرة .

## أوراق العمل

ويعمل لنا التاريخ البشرى نماذج لهذا ؛ فلم يستطع الاستعمار الرومان أن يقضى على حضارة الإغريق . وإذا كان الرومان قد سيطروا عسكريا وسياسيا ، فإن الإغريق سيطروا ثقافيا ، وشتان بين سيطرة هؤلاء وأولئك .. لقد انقضى الاستعمار العسكرى والسياسى ، لكن الغزو الفكرى لم ينته ، ولن ينتهى .

والأمر نفسه بلحده فيما مر على بلادنا ، ونحن نسأل : ماذا بقى من جيش قمباز ؟ ومن حملات الحكوس ؟ ومن السيطرة التركية ؟

### الآثار ليس خيرا كله . . وليس شرا كله :

من المؤكد أن التراث ، لا يمكن أن يكون كله خيرا ؛ لأن ذلك يتناقى مع طبيعة الأشياء ، ونحن نرى بعض الأمور التى يتضمنها التراث قد جاوزها الزمن ، ولم تعد صالحة لعصرنا ، ولهذا يصبح التمسك بها نوعاً من التعصب الأعمى الذى يكون ضرره أكثر من نفعه ، إنه يصبب الأمة بالجمود ، والجمود يودى إلى التعلف ، ونتيجة ذلك كله الفناء . لكن من المهم أن نفهم أن تجارب السابقين ليست كلها غير صالحة ، ولو كان الأمر كذلك لما وجدنا تمسك شعوب أخرى بمثل هذه التجارب ، وتطويرها والإفادة منها .

نحن لم نزل ننظر إلى ما أبدع سقراط وأفلاطون وأرسطو ، ولم نزل نطور ونستطوع أساطير اليونان القدماء ، ونتعلم منها قوالب فنية ، ونعالج من خلالها مشكلات وقضايا معاصرة . ولاشك أن لكل أديب رؤيته فى معالجة مثل هذه الأساطير . لم ننظر إلى أن هذه الأساطير فيها شيء غير قليل من الخرافات التى تتناقى مع العقل وتضطهد به . لكن العقول الذكية الناهضة تتجاوز عن الأمور الساذجة وتعلمو على كل ما بنى العقل ، وتجعل من هذه الأساطير والخرافات أطراً اجتماعية وفنية ونفسية . ولناخذ على سبيل المثال : أسطورة أوديب التى تحكى لنا : أن العرافين قد أخبروا الملك بأنه سوف ينجب ولدا ، يقتله ويتزوج من أمه ، ويعمل للملك على وقف هذا . وعندما يولد له أوديب يأمر بقتله ، لكن المكلف بذلك يشفق على الطفل ، ويعهد به إلى أحد الرعاة للاعتناء به ، ويكره أوديب ، ويصف بالشجاعة والذكاء . ويقع صدام بين الملك الذى هو أبوه وبينه ينتهى بقتل الملك . ثم يحل أوديب اللغز فيحتفل به أهل المدينة لأنه يخلصهم من الخطر الذى يهدد مدينتهم ؛ فقد تغلب على الشبح ، ومن هنا أصبح من حقه أن يجلس على عرش الملك . ومادام الأمر كذلك فإنه يتزوج الملكة التى هى أمه .. وهكذا تمضى هذه الأسطورة ، لكن الأدباء وعلماء النفس يتخللون منها منطلقا لبحث

كثير من المسائل النفسية ، وأطراف وقوالب فنية . وفي أدبنا الحديث يتناولها كل من : طه حسين وتوفيق الحكيم في عملين كبيرين يث كل واحد منهما آراءه وأفكاره من خلاله .

### هل في تراثنا ما يستحق الاهتمام به ؟

إن الإجابة عن هذا السؤال تقتضى منا كثيرا من الوقت والجهد ، لا لإنهاها أو البحث عنها ، ولكن لستعدادها وسردها . وفي هذا التراث من القيم والمبادئ ما يجعل هذه الأمة تفخر بأنها قدمت للفكر الإنسان في مسيرة تطوره ما تقدم به خطوات في سلم الرقي .

إن تراث أمتنا الذي يمتد إلى سبعة آلاف سنة ، كان أول من اهتم بالمعرفة واهتم بمعرفة الإله الواحد ، واهتم بالحفاظ على البيئة . وحسب المصري القديم أنه كان يعد من مفاعره أنه لم يلوث ماء النيل ، وأنه يجب هذه الأرض ، ويتمسك بها حتى بعد الموت . . . وخطاب أوزيريس لأوزيريس الذي يبلغه فيه أنه ذاهب لقتال الأعداء في سيناء ، فإذا مات فيجب أن يلفن في تراب الأرض التي أحبها ، وعاش لها ومات من أجلها .

وتاريخنا في المسيحية يختلف اختلافاً بينا عن غيره ؛ فأباؤنا في المسيحية الذين اعتدوا عليهم الرومان وأحرقوهم ظلوا على تسامحهم ، وتمسكوا بجوهر المسيحية حتى يومنا . . فليسوا بمن لا يهتمون الدم البشري ، وتسيطر عليهم العنصرية ، وليسوا من الذين ينكرون الحق ويقبلون بالجور . فلما جاء الإسلام إلى هذه الأرض المباركة وجد خير أجناد الله ، وأصبحت مصر المحروسة كنانة الله في أرضه ، ينتشر فيها الإسلام فيهم العدل والخير والجمال . .

ونعود مرة أخرى إلى طرح سؤالي . . هل في تراثنا ما يستحق الاهتمام به ؟

وأقصد بتراثنا تلك الفترة التي استطلت فيها مصر بالإسلام . لقد خلقت هذه الفترة تراثا حضاريا قلما تتمتع أمة من أمم الأرض بمثله ، يتمثل ذلك في إبداعها الأدبي والفني والثقافي .

ففسى تراثنا الأدبي نجد كمًا هائلا من الشعراء والأدباء عبروا عن تجارب الإنسان في عصورهم . وصوروا لنا هذا الإنسان في قوته وضعفه ، في صراعه مع الحياة وفي صراع الحياة معه . نجد في هذا التراث من تغني للجمال في مثل قول صبر بن أبي ربيعة :

إني امرؤ مولع بالحسن أتبعه      لاحظ لي فيه إلا لذة النظر

## أوراق العمل

ووجدنا فيه من يقدم صورة الإنسان المعتز بنفسه وحرته على نحو ما نجد في قول المتنبي :

من يهن يسهل الهوان عليه      ما لجرح بهت لإسلام

أو في قوله يدفع إلى الطموح والعمل حيث يقول :

كل ما لم يكن صعب في الأنفس      سهل فيها إذا هو كانا

غير أن الفقى يلاقى المنايا      كالحات ولا يلاقى الهوانا

أليس اعتزاز المرء بنفسه ، ووطنه وحرته من القيم العليا التي تسعى الشعوب إلى تحقيقها والتمسك

١٤ ؟

كذلك نجد عند هذا الشاعر ورعاً عند كثيرين غيره الدعوة إلى التسامح والتعاون بين الناس واستغلال ما في الحياة لصالح الإنسان بدلاً من الاقتتال والتنافس ، والسعى إلى تدمير كل شيء جميل في هذا الحياة .

ولسنقف مع هذا الشاعر العبقري في تراثنا وهو ينبئنا عن الحياة بلسان حبير ما ، عالم بتقلباتها ،

حين يقول :

صحب الناس قبلنا ذا الزمانا	وعناهم في شأنه ما عانا
وتولوا بعضه كلهم مد	به وإن سر بعضهم أحيانا
ربما تحسن الصنيع ليا ليد	به ولكن تكدر الإحسانا
وكانا لم يرض فينا برب الد	هر حق أعانه من أعالنا
كلما أثبت الزمان قنائة	ركب المرء للقناة مستانا
ومراد النفوس أصغر من أن	لنعادى فيه وأن نستغانا
غير أن الفقى يلاقى المنايا	كالحات ولا يلاقى الهوانا
وإذا لم يكن من الموت بد	فمن العجز أن تكون جيانا

إن المتنبي في هذه القصيدة يتحدث عن وحدة التجربة الإنسانية ، منذ بدء الخليقة ، وإلى وقته . فالإنسان هو الإنسان ، والناس على اختلاف أجناسهم وألوانهم ، وأرضهم وأوطانهم ، يعمون بمثل هذه التجربة ؛ فالبلدية لديهم بمجھولة .. إنهم يأتون إلى الدنيا دون معرفة بشيء ، ويدفعون إلى صراع البقاء فيها حتى النهاية التي إذا جاءت لم يكن لهم منها فرار . بداية لم يشتركوا في وضعها ، ونهاية

لا يستطيعون التحكم فيها ، وبين البداية والنهاية أحداث يختلف بعضها عن الآخر ، ويتفق بعضها مع الآخر ، لكنها تتفق في غاياتها :

فالفالسية العظمى من بين البشر ، تحاول صنع حيالها على أحسن ما تمكن ، ولحق نفسها بأمر كثيرة لمحق نفسها بالحاضر وما يصادفها فيه ، وما تصطدم به من صراعات يكون بعضها من صنع يدها ، ويفرض بعضه عليها فرضا ، ولحق نفسها بالمستقبل . وما فيه من صفحات مطوية لا يعلمها إلا الله .

إن المثنى بصور لنا هذا الصراع الأبدى بين الإنسان وأخيه الإنسان ، والإنسان ونفسه ، والإنسان وما يحيط به من قوى الغيب التي ربما قضت على ما يشيد من الأمان ، وما يؤمل من الأحلام ، وعلى الرغم من المعاناة والجلد والمكابدة التي يقضى فيها الإنسان الشطر الأعظم من حياته ، يلحقى النهاية نفسها . فساكن القصر ، يقضى ويلقى لهاته كما يقضى ويلقى لهاته ساكن الكوخ ، وهنا يظهر الاتفاق بين كل البشر ، فكلهم يحضى بتلك القصة التي أصابته من الأيام . إن المثنى يكشف لنا عن أن التناقض بين البشر ، إنما هو تناقض مؤقت ، والأسباب التي يقوم عليها تافهة لا تستحق أن يعادى الإنسان أخاه الإنسان ، ويسعى إلى فناءه .

### ومراد النفوس أصغر من أن تصادى فيه وأن تضان

أليست هذه دعوة للسلم بين البشر جميعا ؟ أليست هذه الدعوة لا تفرق بين لون ولون أو جنس من الناس وجنس . .

وإذا كان الناس جميعا ينتمون إلى أب واحد وأم واحدة ، كما يصور ذلك حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم في قوله : " كلكم لآدم ، وآدم من تراب ، لا فضل لعربي على عجمي إلا بالقوى " فلماذا يظلم الأخ أخاه ، ويحتدى الأخ على أخيه ؟ ولماذا تتكرر في كل وقت حكاية قابيل وهابيل ؟ ألا يشعر الناس بالندم ، كما شعر به قابيل ؟ أظن أن الناس في زماننا لا يشعرون بمثل هذا الندم ، وإلا لما وجدنا ملايين القتلى في الحروب ، والقتلى من الجوع ، وما وجدنا هذا الظلم الأعمى ، والقلب الواضح للحقائق . .

لقد سقت جانبا من حديث المثنى الذي يكشف عن الأخوة الإنسانية ، ويكشف عن هذا الكم الهائل من تشويه جمال الحياة الذي نحدثه بأيدينا ، فكلمنا منحنا الله لونا من ألوان الجمال عملنا بكل ما نستطيع من قوة لتشويه هذا الجمال . وكلمنا منحنا الله سرا من أسرار الكون لتغلب به على

مصائب الدهر ، حولناه بأيدينا إلى سلاح فتاك يقتل به بعضنا بعضا . ونظرة واحدة إلى ما صنعناه بأنفسنا عن طريق العلم تكشف لنا كم كان المتبين محقا حين قال :

كلما أثبت الزمان لقناة ركب المرء للقناة صنانا

إننا أمام دعوة في تراثنا الأدبي تدعو إلى إحلال التعاون محل الصراع ، والحب محل الكراهية ، والمودة مكان المعاناة ، والتكاتف محل التحاسد ، وتلك هي السبل الأسلم والأعقل لعمارة الأرض ومواجهة عقبات الحياة . ومن المؤكد أن تراثنا الأدبي: قديما وحديثا يحمل كثيرا من الدعوات المشابهة ، لها مسورة خيرة في الحياة لا تنقطع ، تسعى لأن يعيش الإنسان مكرما على هذه الأرض ، كما خلقه الله وجعله خليفته فيها . لقد أرسل الله رسله جميعا من أجل غير الإنسان واستقامته ، وكل تراث الأنبياء الثابت الصحيح تراث للإنسان المسلم . والله سبحانه وتعالى في كتابه الكريم ينادي المؤمنين ويأمرهم أن يؤمنوا بالملائكة والرسول والكتب التي أنزلها ، ويؤمنوا بكل ما جاء به هؤلاء الرسل . فرسل الله يكمل بعضهم بعضا ، وطريقهم جميعا يبدأ بمهدى الله ، وينتهي بما يريد الله ، وقوله تعالى واضح صريح : ﴿ لَا تَفْرُقُوا بَيْنَ أَخَدٍ مِنْ رُسُلِهِ ﴾ .

ويشير الله تعالى في كتابه الكريم إلى ما أنزل إلى بني إسرائيل في التوراة ، فيقول : ﴿ إِنَّا أَنْزَلْنَا التَّوْرَةَ فِيهَا هُدًى وَنُورٌ ﴾ ويطلب أهل الإنجيل أن يحكموا بما أنزل الله فيه . فيقول : ﴿ وَتَبِعُوا أَهْلَ الْإِنجِيلِ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ فِيهِ ﴾ .

إن تراثنا يضم فيما يضم ، جوابا عن كل التساؤلات التي تشغل الإنسانية في حياتها المعاصرة ، ولعل هذه الإنسانية تترك التعصب وتلتفت إلى ما فيه صلاحها .

إن القرآن الكريم يدعو إلى احترام النفس الإنسانية ، ويأمر بحمايتها ، ويمنع العدوان عليها ﴿ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَمَنْ قُتِلَ مَظْلُومًا فَقَدْ جَعَلْنَا لِرِثَتِهِ سُلْطَانًا فَلَا يَسْرِفُ فِي الْقَتْلِ إِنَّهُ كَانَ مَنْصُورًا ﴾ .

و الإسلام يدعو إلى احترام العهود والمواثيق . يقول الله تعالى : ﴿ وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ ﴾ ويقول ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴾ .



ويطول بنا المقام إذا رحنا نعدد ما جاء في صحيح تراثنا وهو القرآن الكريم من النهي عن العدوان ، والفسدر ، وأكل أموال الناس بالباطل ، وظلم الضعفاء . بل الظلم بكل صوره والوانه لأن الظلم في عرف الإسلام ، وفي صحيح حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم : " ظلمات يوم القيامة " وفي تراثنا : التقيد بالصدق ، ورعاية الأمانة . والتعاون على البر والتقوى . ولعل مثل هذه الأمور تحتاج إلى وقفة طويلة ، لكننا سنحاول أن نشير إلى بعض القضايا التي تشغل بال العالم الآن ، والتي توجه إليها الدعوة للأخذ بها . ولا شك أن اللوم لا يوجه إلى من يدعوننا للأخذ بحدائ الحرية والعنالة والمساواة ، بل يوجه إليها بالدرجة الأولى ، لأننا لم ننظر إلى تراثنا ، ولم نلتفت إليه ونأخذ به ، إننا لا نلوم غيرنا ، ولكن يجب أن نلوم أنفسنا ، لأننا أهملنا هذه المبادئ الرقيقة ، ولم نأخذ بها .

أما هذه القضايا التي أشير إليها فهي تتمثل فيما يلي :

#### أولا : الحرية

الناس في الإسلام ينحدرون من أب واحد وأم واحدة ، لا فضل بينهم إلا بالتقوى . وتعليمات الرسول صلى الله عليه وسلم لأهله وعشيرته تقطع بذلك ، فهو صلى الله عليه وسلم يقول لهم : " يا بني عبد المطلب ، لا يأتين الناس بأعمالهم وتأتون بأنسابكم . فو الله لا أغني عنكم من الله شيئا " ويقول : " أيها الناس ، لا فضل لعربي على عجمي إلا بالتقوى ، كلكم لآدم ، وآدم من تراب .. " والإسلام هو الذي رفع العيب إلى أعلى منزلة ، وجعل بلال بن رباح العبد الضعيف الذي لم يكن له قبل الإسلام حول ولا طول في أعلى منزلة . وجعل سادة قريش وأشرافها يتادونه بسيدنا . وعمار بن ياسر يحكم في أموال خالد بن الوليد أعظم قادة الجيوش في الإسلام وابن أكبر الكبار في مجتمع مكة الذي كان يلقب بالوحيد ، ويمثل قبيلة بأسرها وهو الوليد بن المغيرة ويأخذ نصف مال خالد بن الوليد ، وعندما يأتي إلى الحنف يدفعه إلى خالد ، ويقول له أما هذا فعنده . لو حدث هذا قبل الإسلام لاشتعلت الحرب ، ولم يتوقف لحيبها حتى تأتي على الأعحضر واليابس ، ولو حدثت في زماننا لكانت الفتنة الكبرى ، فمن الذي يستطيع أن يقف مثل الموقف من أحد القادة أو الحكاميين .

ومنذ أشرقت شمس الإسلام وهو يفتح الأبواب إلى تحرير العبيد ، ولا تعجب في ذلك فالعبد المملوك يفقد أعظم ما منح الله للإنسان ، وهو الحرية ؛ ولهذا يشجع بكل السبل على تحرير العبيد ، فهناك جرائم ومخالفات من ارتكبتها وأراد أن يتخلص من تبعاتها فعليه تحرير رقبة ، كالقتل الخطأ ، والظهار ، والحلف ، والإنفطار العمد . هذا عدا المكتوبة ، وما يعرف بأمر الولد .

أما حرية الناس جميعا فيما يعتقدون ، أو يقولون فهي من الأمور الأساسية التي لا يستطيع أحد أن ينكرها .. فالله سبحانه وتعالى يبين بالقول الصريح الواضح أن الناس يجب ألا يكرهوا على اعتقاد عقيدة غير عقيدتهم ، أو دين غير دينهم ، فهو يقول لنبيه صلى الله عليه وسلم : ﴿ أَقَالَتْ لِكُرْهِ النَّاسِ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ ﴾ ويقول سبحانه وتعالى : ﴿ لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَى ﴾ ويقول سبحانه وتعالى : ﴿ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ﴾ ولم يذكر لنا التاريخ أن جيش المسلمين دخل بلدا ، وحمل أهلها على الإسلام . وكل دعوته لهم كانت دعوة يبينها القرآن الكريم في قوله تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ حَقَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ .

وقد سلك الرسول صلى الله عليه وسلم هذا الطريق ، فمنع معاقبة المناهقين الذين كشف الله نفاقهم . وعندما أراد عمر مواخلةهم قال له الرسول : أشققت عن قلوبهم؟ وقد سار الخلفاء في الطريق نفسها فضمنوا حرية الناس في القول والعمل، وهذا عمر بن الخطاب الذي كان نموذجاً في العدل يخفض ابن الوالي للخصاص و يطلق عبارته الخالدة " متى استعبدتم الناس ، وقد ولدكم أمهاتهم أحرارا ؟ " .

والإسلام يدعو المقول للتطلاق من عقائلا لتفكر وتنظر في ملكوت السماوات والأرض ، بل وتنظر في هذه النفس ، لأن النظر السليم والتفكير الصحيح هو أقرب الطرق للوصول إلى حكمة الله في خلق الكون والإنسان . والتفكير الحر الصحيح هو الذي يمكن الإنسان من الإبداع ، وتحقيق ما أراد الله للإنسان في الكون . إن التفكير في الإسلام فريضة ، وإعمال العقل جريمة تهدر آدمية الإنسان وتعطل قدراته .

وحرية التعبير ، وإبداء الرأي أو حرية الفكر من الأمور الأساسية التي يعتز بها الإسلام . وهذه امرأة من عامة الناس تستمع إلى خطبة أمير المؤمنين . وهو يريد أن يشرع قانونا يضع فيه حدا للمبالاة في المهور ، فتقول له : يا عمر ، كيف تفعل ذلك وقد قال الله تعالى : ﴿ وَإِنْ أَرَدْتُمْ اسْتِبْدَالَ زَوْجٍ مَكَانَ زَوْجٍ وَآْتَيْتُمْ إِخْدَاهُنَّ قِنطَارًا فَلَا تَأْخُذُوا مِنْهُ شَيْئًا أَنَّا نَحْدِلُهُنَّ يَهُتَاتًا وَإِنَّمَا مِيقَاتُهَا الْعَظِيمُ أَمَامَ الْمَلَأِ . ويقول : أصابت المرأة وأعطا عمر .

## حقوق المرأة

وبوصولنا إلى هذا نصل إلى قضية من قضايا الساعة ، وهى حقوق المرأة ، وهذه الحقوق هى الالفة التى ترفع فى جوهنا الآن ، ويحكم بها على مختلفنا .

والحقيقة التاريخية ، أن المرأة فى الإسلام انتقلت نقلة حضارية واسعة ، وأصبحت ذات كيان اجتماعى كبير . فالمرأة كانت جزءا من ميراث زوجها ، تورث ، لكن الإسلام يلقى هذه المبادئ الجائرة .. ويجعلها شريكة فى الميراث داخل نظام قد يظنه البعض يجر عليها ، ولكنه عند الفحص والتدقيق ، فيه عدالة مطلقة ؛ ذلك لأنه يعطيها هذا النصيب دون أن يحملها أية أعباء ، ويجعل لها ذمتها المالية المستقلة ، فلا يأخذ زوجها شيئا من مالها إلا بإذنها . وهو ملازم بالإتفاق عليها ، وإذا كان معسرا وأخذ بإذنها شيئا من مالها فهو دين عليه .. بل أكثر من هذا ، لا تجوز المرأة على إرضاع ابنها ، وعلى أبيه أن يستأجر له من ترضعه ، لكنها تجوز على إرضاعه فى حالة واحدة . هى إذا امتنع الصغير عن الرضاع من أخرى ، وحين ترضعه تطالب أباه بأجرها عن ذلك لأن نفقة الصغير عليه .

والمرأة حرة فى اختيار زوجها ، ولها الحق فى التعليم والعمل مادامت فى حاجة إليه ، أى أن ذلك حق مطلق لها ، والمرأة المسلمة تعلمت ، وعملت ، وكم من الرجال تعلموا وأخذوا عن عائشة رضى الله عنها ، وكم من الرجال تعلموا وأخذوا عن السيدة نفيسة التى اشتهرت بنفيسة العلم ، ولا يستطيع مدح أن يزعم وجود نص يحول بين المرأة وحقوقها الأساسية ، ولا يحكم على الإسلام ببعض العادات والتقاليد التى أفرزها عصور انحطاط ، لم تكن المرأة وحدها بناؤها . بل اكتوى بها الرجل والمرأة على السواء . إنما العصور التى أغلقت فيها باب الاجتهاد خدمة لاستبداد بعض الحكام وتزلفا لهم ، لكن فى عصور الإسلام المشرقة لا يستطيع كائن من كان أن ينكر أدواراً عظيمة قام بها نساء ، إنما أدوار يعجز كثير من الرجال عن القيام بها . فمن الذى ينكر دور أسماء بنت أبي بكر ، وهى تشق ثيابها وتمشى فى الصحراء لتوصل الطعام إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم وصاحبه ، إنما تمشى فى هذه الصحراء التى تعج بالسباع والحيوانات الضارية ، وترصد خطواتها آلاف الأعين لتكتشف أين مضى لعلها تصل إلى ضالتها المنشودة . إن ما قامت به أسماء عمل لا يقدره إلا من عمشى وحده فى هذه الصحراء ليلا أو حتى نهارا ، لقد حمت أسماء الملة كلها ببدانيتها وحكمتها وعقلها ، وهى قد قامت بعملها بمعرفة رسول الله صلى الله عليه وسلم وصاحبه .

والمرأة في الإسلام شاركت الرجل في حربه وسلمه ، أخذت عن رسول الله صلى الله عليه وسلم كما أخذ ، وتفتحت في الدين كما تفتقه ، نعم فالنساء شقائق الرجال ، وما أكرمهن إلا كريم ، وما أهانهن إلا لئيم . وقد حدد الإسلام دور المرأة في كل مرحلة من مراحل الحياة . وبالحلابة : إنها الرقة الثانية للمجتمع ، ولا يمكن لمجتمع أن يعيش صحيحاً بركة واحدة ، تلك حقوق المرأة الأساسية ، حقها في الحرية في الاختيار في التعلم ، في العمل ، لا نزاع فيها ولا جدال حولها . أما الذين يحصرون قضايا المرأة في ثيابها . فهم الذين يريدون أن يحصروا الرجل في ثيابه . إنهم الذين يريدون أن يطمسوا الحقائق ، ويخلقوا قضايا بعيدة كل البعد عن مصالح الأمة .

اعلم أن هذه الموضوعات لم تأخذ حقها من الوضوح والبيان ، وإنما تحتاج إلى مزيد من البسط ليعرف الناس ما أعطى الإسلام ، وما لم يعط ، وحتى تظهر الحدود بين ما هو من جواهر الدين . وما هو من عقول الناس وتفكيرهم ، لكن الوقت لا يتيح لنا كل هذا ، و نأمل أن نعود إليه مرة أخرى . لكن الشيء الذي يتعين علينا أن نؤكدته هو : أن الناس في الإسلام سواسية كأسنان المشط . وأن المرأة حالاً حال الرجل ، لها حقوقها وعليها واجباتها ، وكل له دوره الجليل والعظيم في بناء المجتمع والله قد جعلها الأساس الذي تقوم عليه الأسرة المسلمة ، ومن ينعم النظر في الآية الكريمة التي تقول : ﴿ هُنَّ لِسَائِسَاتٌ لَّكُمَّ وَأَلَمَّ لِبَاسٌ لَّهُنَّ ﴾ يجد التسوية في الأمر ، وكل منهما للأخر : ستر ، وحماية ، وفقر وزينة . المرأة ستر لزوجها ، تحفظه إذا غاب ، وتسره إذا نظر إليها ، وتيرة إذا أقسم ، وتلخر به حين يبدع ، وهو ستر لها يحفظها ويبدل الروح في سبيل حمايتها ، ويروج لتشيع ، ويشقى لتنعيم ، ويتغن لها ابنة وزوجة وحبيبة وأماً . ولدى عشرات الأمثلة من الشعر تكشف عن فقر المرأة بزوجها ، وهذه لغة تحدثت فيها امرأة عن زوجها الذي استشهد في ميدان القتال ، وهي تفسر بفروسيته وشجاعته ، وكيف أنه ثبت في مكانه واستشهد فيه ، وعاش في نظرها بطلا ، ومات بطلا ، تقول :

وحدثني أصحابه أن مالكا	أقام وداى صحبه برحيل
وحدثني أصحابه أن مالكا	ضروب بنصل السيف غير نكول
وحدثني أصحابه أن مالكا	صدوم كماضى الشفرتين صقيل

أى حب ، وأى فخر يجده في حديث هذه المرأة ، إنها تذكرنا بمثل ما نراه الآن من زغاريد الأمهات في أرض فلسطين وهن يستقبلن أبناءهن من الشهداء ، وإن المرأة تنشر أحاديث أصحاب زوجها على الملأ ، وتقول يا كل الدنيا ، هذا الذى ثبت في المعركة وقاتل حتى الرمق الأخير ، وظل يدافع عن أرضه

بكل القوة والعزم والإصرار . إنه مالك ، زوجي ، إنه ماضي كحد السيف ، فليمض إلى مثواه ، ولأعش على ذكراه ، وما أحلاها من ذكرى " إنها ذكرى القروسية والشجاعة والبطولة . "

### الحرب والسلام

وتلك قضية أخرى لابد أن غمط اللثام عنها في تراثنا ، لأن اللفظ حولها كثير ، والحديث المكذوب فيها لا ينقطع ، والحقائق فيها غالبة ، والأصوات العالية ضجيجها يصم الأذان . والحرب في الإسلام ليست عدوانية ، وليست حرباً لاستعمار أرض ، أو سلب حرية شعب ، أو عدواناً على مقدراته . الأمر في الحرب والسلام واضح في قوله تعالى : ﴿ وَقَاتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴾ أي لا قتال لمن لم يقاتلنا . والعدوان مما يكره الله سبحانه ولا يجب ، ولهذا تمتع العدوان . وكل جيوش المسلمين التي توجهت قديماً إلى مشارق الأرض ومغاربها ، لم تقاتل إلا الذين قاتلوا ، ولم تبدأ أحداً بالعدوان ، وإنما طلبت هذه الجيوش أن يخلي بين الناس وبين الدعوة بالحسنى إلى دين الله ، فمن آمن فهذا خير له ، ومن لم يؤمن فهو حر في عقيدته . ولكن عليه أن يدفع ضريبة مقبلة لا تتجاوز فيها نظير خدمات تقدم إليه . لم يحارب الإسلام الشعوب أو يسطو على أموالها ، بل حررها بالفعل وحوّلها إلى قوة إسلامية عظيمة ، حدث ذلك في الشام ومصر والعراق وفارس وغيرها .

لكن إذا عاهد المسلمون مخالفيهم في الدين ، أو حق للمشركين ، فعليهم أن يحترموا العهد ﴿ قَالُوا إِنِّيهِمْ عَهْدُهُمْ إِلَىٰ مُدَّتِهِمْ ﴾ ﴿ وَإِنْ جَنَحُوا لِلسَّلْمِ فَاجْتَنِبْهَا وَكُونَ كَلِّ عَلَى اللَّهِ ﴾ .

وتعالوا لنقرأ هذه الآيات الكريمة التي تبين أنه لا حرج على المسلمين أن يقسطوا إلى غيرهم من أهل الكتاب ، ويبرهم ، مادام هؤلاء لا يحتلون عليهم ، ولا يجارونهم ، يقول الله تعالى : ﴿ لَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُواكُم مِّن دِيَارِكُمْ أَن تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ . إِنَّمَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ قَاتَلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَأَخْرَجُواكُم مِّن دِيَارِكُمْ وَظَاهَرُوا عَلَىٰ إِخْرَاجِكُمْ أَن تَوَلَّوْهُمْ وَمَن يَتَوَلَّهُمْ فَوَلَّيْكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾ [المتحنة ٨ ، ٩]

تجديد واضح لا يس فيه ولا غموض . فالذين لم يقاتلوا المسلمين ، أو يخرجهم من بلادهم ، أو يساعدوا غيرهم ، أي يناصرون بالمال والسلاح والرجال هؤلاء للمسلمين أن يصلوا في التعامل معهم

إلى أعلى درجات التعامل ، وهي العدل الكامل ، والرأى الإحسان بكافة صوره وأشكاله ، وإقامة العلاقات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية؛ لأن في مثل هذه العلاقات قوة للمسلمين وقوة لشركائهم.. إنهم فعلا شركاء لا ضرر يأتي من جهتهم .. أما الذين يتعين على المسلمين البعد عنهم ، وعدم اتخاذ الأصدقاء أو الشركاء منهم ، فهم المعتدون الذي اعتدوا عليهم مباشرة ، أو أعانوا من اعتدى على أوطانهم ، وأخرجهم من ديارهم .

ولا شك أن الذين يريدون أن نأمن هؤلاء ونثق فيهم ، ونقيم شراكة بينهم يحكمون علينا بالغباء وفقدان العقل والشفه . كيف آمن للمعتدى الذى سلب دارى ، ونهب زرعى وأفنى ضرعى ، إن من يفعل ذلك ظالم لنفسه ، وظالم لأمة ، وظالم لكل للمثل .

كيف يتم مثل هذا . ؟ ليكن للولايات المتحدة الأمريكية الآن ، أن تتخذ من "إسمامة بن لادن" صديقا لها ؟ نحن على يقين من أنه كان صديقا حميما لها حين كان يساعدنا في تنفيذ خططها ، أو إذا أحسنا الظن يوم التقت أهدافه مع أهدافها ، لكن هل يمكنها الآن أن تتعده ولها ؟ أعلم أن السؤال ساذج وأن أمريكا أرسلت جنودها في كل مكان ، وألقت بمحممها على كثير من الأوطان ؛ لأن نفرا اعتدوا على جزء من أرضها . وهم في حقيقة الأمر ما فعلوا ذلك إلا بعد أن طلع الكيل ، وجاوز الظلم مداه وأصبح لا يجهل أحد في الدنيا كلها ما تقوم به الولايات المتحدة من دعم مادي وعسكري وسياسي في مظاهرة الذين أخرجوا المسلمين من ديارهم ، إن الولايات المتحدة شريك أساسي في العدوان على بلادنا .

وإذا كان ما يحدث على الأرض الآن في كل بلاد المسلمين شاهد صدق على ما جاء بالقرآن الكريم من أن أولئك الذين يوالون المعتدين ظالمون .. فإننا نذكر أن جيشا من جيوشنا لم يذهب إلى أمريكا ، أو إنجلترا أو أن أحدا من حلفائها كان محتلا ، لكنهم جاءوا معتدين ، ومن اعتدى لا ينتظر من اعتدى عليه غير رد العدوان . ﴿ فَمَنْ اعْتَدَى عَلَيْكُمْ فَاعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا اعْتَدَى عَلَيْكُمْ ﴾ .

أما الذين يوالون المعتدين ، ومن ينصروهم من المحسوين على هذه الأوطان وهم الذين عبر عنهم القرآن بألهم الظالمون ، فليعلموا أن هؤلاء لا ولى لهم ، وألهم يتعنون هؤلاء أدوات في مرحلة من المراحل ، فإذا انتهت المرحلة ألغوا هم في مزابل التاريخ ، وليستعملوا ما فعلوا بشاه إيران "محمد رضا بهلوى" و"ماركوس" حاكم الفلبين ، و"صدام حسين" دكتاتور العراق . وماذا يريدون "إسمامة بن لادن" وغيره ؟ إنهم لا إيمان لهم ولا عهد لديهم .

ولنعد إلى سياق الحرب في الإسلام وضرورتها ، فالحرب لابد أن تكون ؛ لأن الشر والخير لابد أن يظلا في صراعهما إلى يوم القيامة ، وأطماع البشر ، وجهم للحياة كل يوم في ازدياد . ﴿ وَكُلًّا دَفَعُ اللَّهُ النَّاسَ بِغَفْظِهِمْ لِبَغْضِ لَفْسَدَتِ الْأَرْضِ ﴾ . إذن ، الصراع قائم والحروب حتمية وقعت في الماضي ، وتقع في الحاضر ، وسوف تقع في المستقبل . وقد حارب المسلمون وغيرهم ، فماذا فعلوا في حروبهم ؟ وماذا يفعل هؤلاء الآن في حروبهم .

إن أضرار الحرب ، وما تحدثه في عرف الإسلام يجب أن تظل محدودة ﴿ وَإِنْ غَالَبْتُمْ فَعَابُوا بِمِغْلٍ مَّا غَرَبْتُمْ بِهِ وَلَكِنَّ صَبْرَكُمْ لَهْوَ غَيْرٍ لِلصَّابِرِينَ . وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُ فِي ضَيْقٍ مِّمَّا يَمْكُرُونَ ﴾ [ النحل ١٢٦-١٢٧ ] .

وجيش المسلمين الذي كان يحارب تلقى تعليمات واضحة صريحة : " لا تقطعوا شجرا ، ولا تهدموا بناء ، ولا تقتلوا شيئا أو امرأة أو طفلا . وإياكم أن تتعرضوا لأصحاب البيع والصوامع " . أي أخلاق هذه التي تجعل الأرض دمارا وتهلك الحرث والنسل ، تدمر وتخرب ، وتقتل دون تمييز ، لا تفرق بين امرأة أو طفل أو شيخ ، لا تترك مدرسة أو مسجدا أو كنيسة بمنأى عن أهوالها .. أين الحضارة والتمدن في القنابل والصواريخ التي تغطيها طائرات السيد الأمريكي في العراق ، وطائرات السيد الأمريكي التي أعطاهم لليهود ليقتلوا بها كل شيء في فلسطين ؟ أين من عشرات الأطفال الذين يموتون كل يوم هنا وهناك .. وبعد كل الذين يفعلونه بنا .. يأتون إلينا لتعلم منهم الحكمة وفصل الخطاب . أي عقول تصدق أن هؤلاء يريدون لنا الخير والتقدم والحربة .

أي عقول تصدق أن هؤلاء يحترمون إنسانية الإنسان في أي مكان على الأرض ، وليس في بلدنا وحدها . وإذا كانوا يخافون على الإنسانية ، وعلى الحضارة التي صنعها الإسلام على الأرض ، لماذا لا يدمرون أسلحة الدمار الشامل التي يملكونها ، والتي يمكنها أن تدمر العالم كله عدة مرات ، ولماذا كانوا يخافون من أسلحة العراق أو كوريا أو ليبيا وهم الذي صنعوا أسلحة الدمار ومكثوا غيرهم من صنعها ، وقبل هذا فإن أحدا في العالم كله لم يستخدم أسلحة الدمار الشامل غير الولايات المتحدة ، واسألوا هيروشима وبجازاكي . إن ما يمكن قوله هنا هو التمثل بقول الشاعر :

عظمي من ظن يوما أن للفصلب ديننا

## ما دور الإعلام في إبراز تراثنا ؟

ترانسانا فيه كما في تراث غرينا أمور جميلة ، وجميلة ، وفيه أمور نافهة وسقيمة - كما في تراث غرينا ، ومن السخيف القول بأن تراثنا أو تراث غرينا- فيما عدا كتاب الله - لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه ؛ لأن كتاب الله ترتب من حكيم حميد . ومحاولة التخلي عن تراثنا وقيمنا وتقاليدينا ، بل أكثر من ذلك كتابنا وعقيدتنا ، من الأمور التي تسعى إليها قوى لها مصالحها وحساباتها ، وهي تسعى إلى ذلك من أجل ترسيخ قيم ومبادئ تمكن لها من تحقيق أهدافها ، لا نقول : إن هذه القوى عظمى فيما تفعل ، لكن أقول إننا عطلون إذا استسلمنا لما يطلب غرينا منا ، وإذا أقمضنا أعيننا عن عطله ، وإذا اعتقدنا أن للتعلم ديناً .

علينا أن نلقى الضوء على كل ما هو صالح وجميل في تراثنا ، مما يفيدنا ، وما نقدمه لغرينا من الأسس والشعوب التي تتطلع إلى ما ينقذها من الممحية للمهيمنة ، علينا أن نبرز جانب الرحمة بكل كائن حي في الإسلام . هذا الدين الذي تبدأ كل سورة من سورة بذكر الرحمة والرحمن والرحيم ، والذي يجعل الجنة والفوز بما جزاء رجل يلتقي قلباً يلهث من شدة العطش ، فيخلع حفه ويسقيه ، و يجعل النار بلهيبها وعذابها جزاء امرأة حبست هرة ، فلا هي أطعمتها ولا هي تركتها تأكل من خشاش الأرض . الرحمة التي أوصت بالضعفاء ودعت إلى القتال من أجلهم في قوله تعالى : ﴿ وَمَا لَكُمْ لَا تُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الرِّجَالِ وَالنِّسَاءِ وَالْوِلْدَانِ الَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا أَخْرِجْنَا مِنْ هَذِهِ الْقَرْيَةِ الظَّالِمِ أَهْلُهَا وَاجْعَل لَّنَا مِن لَّدُنكَ وَلِيًّا وَاجْعَل لَّنَا مِن لَّدُنكَ نَصِيرًا ۝ ﴾ .

الرحمة التي أوصت بالضعفين في حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم في قوله : " اتقوا الله في الضعفين : المرأة واليتيم " .

الرحمة التي جعلها دعوة للمؤمن فقال : وإرحمنا وأنت خير الراحمين

إن جانب الرحمة والتكافل من الجوانب التي يجب أن نبرزها ونركز عليها لأن الإنسانية في حاجة ماسة إليها في هذا العصر الذي يطحن الإنسان ، هذا العصر الذي يلقي فيه مئات الأطنان من الأطعمة والألبان في البحار والمحيطات وشعوب كثيرة تموت من الجوع . .

يجب أن نبرز من تراث الإسلام قيمة الحب والإيثار ، وتقديم صوراً فيها للإنسانية ، فللمؤمن يؤثر غيره على نفسه ولو كان به خصاصة ، يجب أن نبرز من تراثنا صورة العدل المطلق الذي يسوى بين



الحاكم والمحكوم ، بين الفنى والفقر . العدل الذى لا يكون فيه عناية أو حيف ، أو الكيل بمائة مكيال ، العدل الذى جعل خليفة للمسلمين يهدم المسجد ، لأن جزءا منه أقيم على أرض ليست ملكا للمسلمين .

وبعد ، فإذا كان فى تراثنا - كما تقدم - صور تصلح للإنسان - وتقدم صفحات مشرقة لاشك أن العالم كله فى شوق إليها ، وهى صور عفت عليها عصور الضعف والتخلف ، وزاد على التعفية عليها بروز جماعات تتحدث باسم الإسلام ، وهى لا تعرف من هذا الدين إلا أمورا سطحية ، وظواهر أشياء لا تثبت عند اختبارها بمفاهيم الإسلام الصحيحة ، والى بحث لما نبه عليه الصلاة والسلام .. والى حصرها الآية الكريمة من القرآن فى عطاها للنبي صلى الله عليه وسلم وفى قوله تعالى : ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ فرسالته صلى الله عليه وسلم مقصورة على الرحمة للعالمين ، دون تفسرقة فى لون أو جنس ، أو زمان أو مكان .. إنه رحمة للعالمين .. يذود عنهم الأذى ، ويدفع عنهم الضرر ، يأخذهم بالرفق ، ويدفع عنهم كل ما يشق عليهم ، فكيف يكون منتسبا لدين الرحمة من نزعت من قلبه الرحمة فروع طفلا ، أو أقص مضجع نائم ، أو بث الرعب والخوف فى قلوب الأمنين المسلمين ؟

كيف يكون مسلما من يؤذى الناس بالقول أو بالفعل ، ومن فى قلبه قسوة ، وفى وجهه جهامة ؟ كيف يكون مسلما من يستحل مال غيره بغير وجه حق ؟ إنه ليس من الإسلام فى شيء حق وإن كثرت دعاواه ، وعلا صوته . المسلم لا يقتل نفسا بغير نفس ، ولا يهدم بناينا للأعداء حق فى وقت الحرب ، ولا يقطع شجرا ، ولا يفسد زرعاً .

لقد كان من البلوى التى أضرت بالإسلام والمسلمين أن وجدت مثل هذه الجماعات التى لا تشك فى إيمانها ، لكنها مرقت من الإسلام كما يرق السهم ، ولأنها نظرت إلى أمور فيها كثير من الضرر أكثر مما فيها من النفع ، ولم تفهم الإسلام حق الفهم ، أو تعرفه حق المعرفة ، وقد تصرفت بغير هدى على نحو جمع الكفر كله ضد الإسلام والمسلمين فأوذوا فى حياتهم وحوربوا فى أرواقهم ، وصدق على هؤلاء قول الشاعر :

واخوان حسبتهم دروعا      فكانوها ولكن لأعداي  
وخلعتهم سهاما صالبات      فكانوها ولكن فى فؤادي

لقد ابتلى الإسلام بسببهم بعداوات ما كان أفناء عنها ، وتسببوا في إيجاد مبررات للعدو المتربص بهم فأنقض على بلادهم ، وشن على بلاد الإسلام حربا في وقت يصعب عليهم فيه التصدي لقوته الفاشية .

### الإسلام ودوره

وإذا كنا قد وقعنا بين شقى الرحى : صديق جاهل ، وعدو متحير ، فماذا عسى أن يفعل الإعلام ؟ إن الجواب عن ذلك شديد الصعوبة ، لكن من المؤكد أن الإعلام له في هذا الزمان كلمة عليا ، وبخاصة الإعلام للسموع والرأي . وأول ما يجب على الإعلام العربي عمله أن يترك ميدان الحرب التي يخوضها ، وطبيعة العدو الذي يتصدى له .

والعدو الذى يتعين على الإعلام في بلادنا أن يواجه جنوده في الداعل والخارج . أما الذى في الداعل فيمثل في أولئك الذين لم يفهموا الإسلام حق فهمه ، ولم يرتبوا الأولويات ، وخططوا بين الأمور وانتقدوا التمييز . وخطر هؤلاء كبير ؛ ذلك لأنهم يقدمون للعدو الخارجى وقود حربه ، وسلاح هذه الحرب ، وهم يبرزوننا في صورة بشعة تنفر الناس ، وتحالف الأمر الذى وجهه الله في سبيل الدعوة حيث قال : ﴿ اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ .

أما العدو الآخر : فأول ما يتعين علينا مواجهته : إظهار الصورة الصحيحة والمشرقة للإسلام ، ويتعين أن يكون ذلك بلمحة ، لا أن يكون كحوار الطرشان نقدمه لأنفسنا ونرده على أسماعنا . كما يستعين علينا ألا يكون ذلك بتكفير الآخرين ، وتسفيه آرائهم ومعتقداتهم ، وخطابهم بأمور لا يتقبلها العقل ، ومن ثم لا يجد فيها ضالته للشبهة .

إن للمرء لا ينظر إلى الشيء إلا إذا كان في حاجة إليه . ولا يطلب هذا الشيء إلا من الجهة التي يعتقد أنه موجود فيها ، لا يتمسه إلا بمن يلمس عنده الصلاح وحسن النصيحة ، وإخلاصها ، وتجربتها من الفاية .

والآخر الذى نوجه له الخطاب ونجاهه لا يؤمن إلا بما يتناسب مع العقل ، وكم من الأمور التي يجدها في الإسلام تناسب العقل والفطرة التي فطر الله الناس عليها . وهذا هو الذى يجعل كثيراً من أهل الغرب يقبل من تلقاء نفسه على هذا الدين ، لكن يجب علينا أن نقول : ليس كل الناس قادرين على النظر والبحث والوصول إلى الحقيقة دون عون من أحد ، وبخاصة إذا كانت هناك قوى مضادة لا تترك

له الساحة ، يقدم فيها كل ما يريد . إننا نواجه بإعلام مضاد ، وهو قادر على قلب الحقائق وطمسها ، وليس أدل على ذلك مما فعلته إسرائيل حين أذاعت على العالم أن " عمدة الدرة " طفل إسرائيلي ، وقد قتله العرب المتوحشون ..

إن مهمة الإعلام العربي بعامة ، والمصري بخاصة شاقة ؛ لأن القوى للموقفة له كثيرة ، وهو يحارب في أكثر من جبهة . وعلى الرغم من ذلك عمل الإعلام المصري في هذه الظروف ، وقدم أعمالاً من التراث تكشف عن روعة هذا التراث وعظمته .

لقد قدم الإعلام المصري :

مسلسل عمر بن عبد العزيز ، ومن خلاله قدم صورة للنشأة الإسلامية لهذا الخليفة الراشد ، وكيف امتلأ من صفه بالقيم والمثل الإسلامية . ولم يسع إلى الملك بل كان يتجنبه بقدر ما يستطيع ، لكن هذا الأمر عندما وصله عمه إلى أن يقوم عليه بما أمره الله ، فيخلع كل مظاهر الترف والنعيم ، ويتخذ من الزهادة في الحياة مبدأ له ، وينحى عن قيادة الأمة أولئك الذين عرفوا بالقسوة ، أو الترف والاستغلال ويتنازل ، كما يجبر أهل بيته عن التنازل عن أى مال جمعه عن طريق النفوذ والحكم .

لقد قدم الإعلام المصري من خلال عمر بن عبد العزيز : صورة للخليفة الراشد والحاكم المسلم ، كما يتطلب الإسلام ، لقد نشر عمر بن عبد العزيز العدل في ربوع الدولة ، وبكفى أن يكون عهد عمر هو العهد الذى تحلوا فيه الدولة من وجود فقير تدفع له أموال الزكاة . . إنه مجتمع لم يوجد في التاريخ كله ، وهو عهد لا تفرق الزكاة فيه بين فقير مسلم - وغير مسلم . ويضرب عمر بن عبد العزيز مثلاً في ترابط المجتمع كله ، فالفقير فقير أيا كانت عقيدته ، ويجب أن ينال كفايته في هذا المجتمع . إن ذلك لم يكن أمراً دينياً يدعو إليه الإسلام فحسب ، بل كان عملاً اجتماعياً وسياسياً يدل على إدراك الحاكم لأهمية السلام الاجتماعى في المجتمع .

ومن خلال مسلسل عمر بن عبد العزيز انكشفت مساحة الرؤية الإسلامية ، فلم تتوقف مصارف الزكاة عند الحدود المذكورة ، بل توسعت لتجد في مساعدة الشباب الذى يريد الزواج ولا يستطيع مصرفاً ، وهنا يكون الاجتهاد الذى يستلزم النصوص ويصل إلى غايات الدين ومقاصده ، ولا يتوقف عند ظواهر النصوص .

لقد كان مسلسل عمر بن عبد العزيز تصحيحاً لأعوجاج عهود من الحكم ، وتُعد أصحابها عن شروط الإسلام ، وحمل الإسلام بأخطاء وخطايا هؤلاء الحكام . وقد أحسن الإعلام المصري كل الإحسان عندما وضع أمام الدنيا صورة هذا الخليفة الراشد .

كما قدم الإعلام المصرى مسلسل هارون الرشيد هذا الخليفة العظيم الذى امتدت فى عهده دولة الإسلام ، وإلى بقاع واسعة حتى جعله ذلك مخاطب السحابة قائلاً : " أمطرى فى أى أرض تشالين ، فسوف يأتين عراجك " كما ازدهر العلم فى عهده ، ونشأت طبقة من العلماء والمفكرين والمبدعين ، وهو الذى أهدى "شارلمان " تلك الساعة المحيية التى لم تعرف أوروبا نظيراً لها ، وحسب هارون الرشيد أن يسعى ملوك أوروبا لصدقاته ويتبادلون معه الهدايا .

لقد صحح الإعلام المصرى من غلال "مسلسل هارون الرشيد" خطأ تاريخياً فادحاً ، صور هذا الخليفة على أنه غارق فى المجون وهو الخليفة الزاهد الذى كان يحج عاماً ويغزو عاماً ، وإذا حج لا يحج إلا ماشياً .

إن عصر هارون الرشيد هو عصر الانفتاح الرشيد إلى تراث الأمم الأخرى وحضاراتها ، ونقل هذا التراث إلى العربية فيما عرف بحركة الترجمة الواسعة ، تلك الترجمة التى لم يكن عليها رقيب ، وكان يجزل فيها العطاء لمن يقوم بها على نحو لم يحمده إلا فى عصر ابنه الخليفة " المأمون " .

وقدم الإعلام المصرى مسلسل أبى حنيفة النعمان وكشف من خلال التنوع الفكرى والاجتهاد فى استنباط الأحكام الشرعية من مصادرها الأساسية ..... فى الكتاب والسنة والإجماع . وكسان أبى حنيفة - يحق - مثلاً صادقاً وقويًا لحرية الاجتهاد ومساحة الاختلاف ، بينه وبين أهل المذهب من أصحابه وتلاميذه ، وبينه وبين أصحاب المذاهب الأخرى . ولا شك أن تنوع الاجتهاد والاختلاف بين المذاهب الفقهية له دلالة فى هذا الكم الهائل من التنوع فى الأفكار والاجتهاد .

إن الإمام أبى حنيفة يمثل أهل رأى والاجتهاد ، وهو مدرسة فكرية فى الفقه الإسلامى تشهد لهذه الأمة بالتميز - كما تشهد لعلمائها بالصدق والأمانة والزهة عن متاع الحياة الدنيا ، كما تشهد لمولاه العلماء أن الجهد الذى كانوا يبذلونه لم يكن له دافع إلا رضا الله ورضوانه . وربما وجد أحدهم كثيراً من المشقة ..... ، فى سبيل الحصول على حديث أو التحقق من مسألة كما عرفنا من خلال هذا العمل الإعلامى المتميز ، كيف كان الإمام أبى حنيفة حريصاً متشبعاً بعلم يأخذ عنه ، فهو الذى قطع الأميال من العراق إلى المدينة ليحصل على حديث ؛ لكنه رجع دون أن يأخذ لأنه لم يطمئن إلى رايه ، لقد وجدته يبالغ حاراً بالطعام فشك فى أمانته ونزاهته .

وقدم الإعلام المصرى فيما قدم من تراثنا الإسلامى الناصح مسلسل " القضاء فى الإسلام " ومن خلال هذا المسلسل وقفنا على قدر التثبت فى الأحكام ، .... فى القضاء والمساواة بين الخصوم مهما

كانت مسافة الخلف بينهم . إن نماذج القضاة الذين قدمهم هذا المسلسل تدل بما لا يدع مجالاً للشك ،  
كـم كان العدل وحده هو غاية من يتصدى للحكم بين المتخاصمين . لا ينظر القاضي إلى مكانة هذا  
الخصم الاجتماعية أو غيرها ، لهذا كانت أحكامهم لا تقبل الجدل بين الخصوم .

إن القضاء في الإسلام من النماذج التي يتحراها كل من ينشد العدل. إنما تستلهم قول الله سبحانه:  
﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ ﴾ وقوله : ﴿ وَإِذَا حُكِمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ﴾ وقوله  
تعالى : ﴿ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَتَاؤُ قَوْمٍ عَلَى أَنْ تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى ﴾ وحققا كان العدل في  
الإسلام من الأمور التي تستحق أن تفرد لها الأبحاث ، وقد استلهم قضاة الإسلام ما جاء عنه في القرآن  
الكريم والسنة النبوية المشرفة ، ورسالة عمر في القضاء دستور عظيم لكل من يريد العدل وينشده ،  
كما هي دستور لكل من يتصدى للقضاء بين الخصوم ومن يريد التحقق من ذلك يمكنه أن يرجع إليها.

لقد قدم الإعلام المصري أعمالاً عظيمة من هذا التراث الغني ، قدم الفرسان وكشف فيه عن  
أخلاقيات الحرب في الإسلام ..... وهي كما قلنا لم تكن حرباً عدوانية ، لكن كانت للدفاع  
عن العقيدة والوطن ، لكن المحاربين المسلمين التزموا بأخلاقيات الحرب فلم يمثلوا بقتيل ، ولم يعذبوا  
أسيراً ، بل احترموا حرمة الإنسان حيّاً وميتاً .

ولسن كنا نشكر هذا الإعلام الذي يحارب في أكثر من جبهة ، فإننا نأمل في المزيد من الأعمال  
التي تكشف عن القيم والمثل الرفيعة التي يتضمنها هذا التراث ، والذي نعتقد بأن العالم كله يطمح إلى  
وجودها .

كما أننا نريد من الإعلام المصري ، وعلى رأسه شخصية طموحة مبدعة أن يكون الخطاب  
الإعلامي من خلال هذه الأعمال الفنية باللغات الأخرى ؛ ليرى الآخر ويشهد بأن الذي قال :

ملكتنا فكان العفو منا سجية فلما ملكتم سال بالدم أبطح

كان صادقاً ، ويتحدث عن الواقع الذي نعيشه .



## الجوانب الاقتصادية والإدارية للفضائيات العربية

أ . د . حمدي عبد العظيم<sup>(\*)</sup>

### مقدمة :

**شهد** العالم تغيرات سريعة ومتلاحقة في المعلومات والاتصالات والفضائيات ، بحيث أصبحت إحدى سمات عصر العولمة باعتبار أن الفضائيات تساعد على وصول الفكر والثقافة والحضارة ، من خلال رسائل موجهة إلى كافة الأفراد في كافة أنحاء العالم . الأمر الذي يجعل من القنوات الفضائية أداة مهمة للتأثير في الرأي العام العالمي ؛ إذ أصبحت الرسائل المصورة التي يتم بثها عبر الفضائيات إلى كل أنحاء العالم حاملة الأعباء من موقع الأحداث وتعليقات المراسلين وتحليلات ومناقشات الخبراء في شتى التخصصات وبكافة اللغات العالمية ، تحقق الربط بين مختلف أرجاء الكرة الأرضية وصولاً إلى مفهوم أن العالم يصبح بمثابة القرية الإلكترونية الصغيرة ، ويتنافس خلالها عديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة والقنوات المتخصصة في تقديم أفضل ما لديها من الإنتاج الفني ؛ حتى يمكنها جذب المشاهدين إليها أكثر من بقية القنوات الفضائية الأخرى . ويرتبط بذلك جذب المعلنين عن آلاف السلع والخدمات يومياً من مختلف أنحاء العالم . الأمر الذي يؤثر بشكل مباشر على الإيرادات المتوقعة من الخدمة التليفزيونية المقدمة نتيجة بث الإعلانات عن السلع ، والخدمات ونتيجة القنوات المشفرة التي تتطلب دفع اشتراكات لمشاهدة برامجها مثل : قنوات الرياضة ، وقنوات الأفلام القديمة ، وقنوات الأفلام الحديثة ، وقنوات الأفلام الأجنبية المدبلجة ، وقنوات الأفلام الأجنبية المصحوبة بترجمة إلى اللغة القومية ، وقنوات الأعباء ، وقنوات المنوعات ، وقنوات المرأة ، وقنوات الطفل والأسرة ، وقنوات التعليم والبحث العلمي، وقنوات الاقتصاد والمال والأعمال، وقنوات الدراما ، وقنوات الشراء والتسوق ، وقنوات الفيديو كليب ، وقنوات الدين ، وقنوات الجنس ، وقنوات الطعام والطهي، وقنوات الموسيقى والطرب . . إلخ .

---

(\*) رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية .

وقد دخلت الدول العربية إلى عصر الفضائيات بإطلاق القمر الصناعي "عرب سات" ، وما يحمله من قنوات متعددة تغطي كافة الدول العربية منذ عام ١٩٨٥ .

أما مصر ، فقد دخلت عصر الفضائيات والسموات المفتوحة ، منذ إطلاق القمر الصناعي "نايل سات" عام ٢٠٠٠ ويحمل عليه عديد من القنوات المشفرة والقنوات المفتوحة ، وتغطي برامج هذه القنوات مختلف التخصصات مثل : قناة النيل للأخبار ، وقناة النيل للمتنوعات ، وقناة الأسرة والطفل ، وقناة التعليم ، وقناة البحث العلمي ، وقنوات الدراما ، وقناة الرياضة ، وقناة الطرب ، وقناة الموسيقى ، وقناة حورس ، وقناة التعليم العالي ، وقناة نغمات ، وقناة التنوير ، والقناة الثقافية ، وقناة النيل العامة .. بالإضافة إلى القناة الفضائية المصرية الأولى والقناة الفضائية الثانية ، والقنوات التي حصلت على تراخيص المنطقة الإعلامية الحرة بمدينة السادس من أكتوبر مثل : قناة دريم (١) ، وقناة دريم (٢) ، وقناة المحور ، وقناة ART .

ولا يخفى أنه يتم تأجير استوديوهات شركة مدينة الإنتاج الإعلامي لبعض القنوات الفضائية العربية ، وبذلك أصبح مجال الفضائيات له أبعاد اقتصادية وإدارية ، تحتاج إلى دراسات وحسابات متعددة ، وإلى أساس علمي لاتخاذ القرارات الإدارية .

#### أولاً : الجوانب الاقتصادية للفضائيات العربية

تتطلب عملية الإنتاج الفني إجراء دراسات جدوى اقتصادية واجتماعية ، تحتوي على دراسة جدوى مبدئية لإنتاج المصنف الفني ؛ للتأكد من انعدام المخاطر واحتمالات الفشل شبه المؤكدة والموانع الجوهريّة التي تحول دون الحصول على التراخيص من حيث المبدأ ، بالإضافة إلى الدراسات القانونية والتسويقية التي توضح حجم المبيعات المتوقع ، أو حجم الاشتراكات المتوقع عندما يتم تشغيل القناة الفضائية ، بالإضافة إلى الإيرادات المتوقعة من الأنشطة الأخرى مثل نشاط الإعلانات والمسابقات .. إلخ . وتتكامل مع هذه الدراسات الدراسة الفنية المتعلقة بإمكانات الإنتاج ومواصفاته ونوعياته أو بحالته ومتطلبات التنفيذ العملي والأساليب الفنية لتأمين المحطة الفضائية من السطو أو السرقة دون دفع قيمة الاشتراك وأساليب المكافحة وغيرها .

أما الدراسة المالية أو التجارية ، فتعرض لتقييم عائد الإنتاج الفني كاستثمارات باستعمال مؤشرات التقييم المتعارف عليها مثل فترة استرداد رأس المال المستثمر ، أو معدل العائد على التكلفة أو دليل الربحية أو معدل العائد الداخلي .



ولإمكان إجراء الدراسة المالية والتجارية يجب دراسة كافة عناصر التكاليف المتعلقة بالإنشاء والتأسيس وكافة تكاليف التشغيل المتوقعة سنويا شاملة عناصر الأحمور المباشرة وغير المباشرة ، والإهلاكات للأصول من الآلات أو الأجهزة والتجهيزات والخامات للتوقع استعملهما ، والمصروفات الإدارية والعمومية والصيانة والفوائد المصرفية ونفقات استهلاك الكهرباء والمياه والغاز والاتصالات والمطبوعات ، ونفقات الأمن والحراسة والوقود المستخدم في السيارات وغيرها ، ومخصصات الضرائب إن وجدت .

وبعد تطبيق معايير التقييم يمكن الحكم على كفاءة الاستثمار ، فإذا كانت المؤشرات موجبة يمكن اتخاذ قرار الإنشاء والتأسيس ثم التشغيل والعكس صحيح ، بمعنى أنه لا يجوز الإنشاء طالما كانت المؤشرات سلبية ، ويجب دراسة بديل آخر .

وفيما يتعلق بدراسة الجدوى الاجتماعية والقومية ، نجد أن الدراسة يجب أن تشمل على العناصر التي توضح حجم العائد الاجتماعي ، من إنشاء القناة الفضائية أو الآثار الإيجابية التي تعود على المجتمع وعلى الاقتصاد القومي من إنشائها، وكذلك الآثار الجانبية أو السلبية التي يمكن أن تحدث في المستقبل .

ولعل من أهم الإيجابيات الاجتماعية للفضائيات العربية للمساهمة في تحقيق نوع من الترابط الفكري والحضاري بين الشعوب العربية وبعضها البعض ، وتصحيح المفاهيم المرتبطة بالشعوب العربية والإسلامية التي ترددها فضائيات الدول الأجنبية ، وتوصيل رسالة إعلامية لكل أنحاء العالم من خلال الترجمة ، والصورة المصاحبة لها بلغات عالمية .. بالإضافة إلى الرسالة التنويرية والتنوعية بكافة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية ، وتنشيط حوار الحضارات لدعم الهوية العربية في مواجهة محاولات الأمركة أو طمس الهوية .

ويضاف إلى السلبيات السابقة ما تلعبه الفضائيات العربية من دور اقتصادي يتمثل في الإعلان والتسويق لمنتجات الدول العربية على مستوى الوطن العربي كله ، ومن ثم الخروج من السوق المحلي الضيق إلى السوق العربي الكبير وقد يتمناه إلى أسواق دول أخرى غير عربية في ظل التنامي المستمر لاستخدام التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة في تسوية المدفوعات .. الأمر الذي يؤدي إلى تنشيط الاقتصاد القومي وزيادة فرص العمل والمساهمة في علاج مشكلة البطالة .. إلخ .

أما الآثار السلبية فيمكن أن تنحصر فيما تبثه بعض الفضائيات العربية من إنتاج فني وأوروبي وأمريكي ، يتعارض شكلا وموضوعا مع القيم والعادات والتقاليد الشرقية والقيم الأخلاقية المستمدة

## أوراق العمل

من التعاليم الدينية . . الأمر الذى يساهم فى توجيه النشء إلى التقليد والمحاكاة فى الملابس الخليفة والتصرفات غير الأخلاقية ، مما قد يودى بدوره إلى زيادة معدلات الجريمة والجنوح وتهدد الاستقرار والأمن الاجتماعى .

وفسيما يتعلق بالسلبات الاقتصادية ، فإن الإفراط فى الإعلانات خلال البث الإعلامى لدى بعض الفضائيات العربية يمكن أن يودى إلى زيادة الاستهلاك عامة والاستهلاك المظهري بصفة خاصة ؛ مما يودى بدوره إلى نقص معدلات الادخار وعدم القدرة على تمويل الاستثمار . كما تعمل بعض البرامج السيئة تبثها بعض الفضائيات العربية على استنزاف دخل المواطنين فى الاتصالات التليفونية من خلال التليفون المحمول للاشتراك فى المسابقات الأمر الذى يساهم فى زيادة الإنفاق من الدخل الأسرى على هذه البند ، ومن ثم التأثير سلبيا على الأولويات التى ينبغى أن يوجه إليها دخل المواطن . ويترتب على ذلك ضعف الادخار وعدم القدرة على التوسع فى تمويل الاستثمار ، ومن ثم اتجاه الدولة إلى المديونية الداخلية والمديونية الخارجية ، وقد تضطر إلى فرض الضرائب ؛ مما يودى إلى رفع معاناة الغالبية العظمى من محدودى الدخل .

ولا يقتصر الجانب الاقتصادى للفضائيات العربية على دراسة الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للإنتاج الفنى وما يرتبط به من أنشطة متنوعة ، بل يمتد كذلك إلى تسويق الإنتاج باستخدام أساليب متعددة مثل الاشتراكات المخفضة خلال فترة زمنية معينة ، والتى ترتبط بنظام الكروت المنقطة المدفوعة مقدما ( كروت الشحن) أو باستخدام الديكودر أو تسويق حزمة قنوات متنوعة مقابل قيمة نقدية معينة . وقد تلجأ بعض القنوات الفضائية إلى بث قناة عامة مجانية ، يمكن الحصول عليها باستخدام الطبق الدائرى ( النش) ويتم خلال فترة زمنية محددة الإعلان ، عن البرامج الجاذبة عن طريق الاتصال بالتليفون أو بالبريد الإلكترونى والدفع بالكروت الإلكترونية الحديثة . وفى هذه الحالة تعتبر تكلفة بث الإرسال فى هذه القناة الإعلانية من أهم تكاليف التسويق للمحطة الفضائية . ورغبة فى الوصول إلى اقتصاديات التشغيل يمكن استخدام القناة العامة الدعاية للإعلان عن سلع وخدمات لشركات محلية ودولية . ومن ثم ، تساهم إيراداتها فى تغطية تكاليف التسويق للمحطة الفضائية مع تحقيق فائض مناسب .

## ثانياً : الجوانب الإدارية للفضائيات العربية

تعتبر المحطة الفضائية مؤسسة اقتصادية تحتاج إلى الإدارة العلمية الرشيدة في كل ما يتعلق باتخاذ القرارات المتعلقة بالتشغيل اليومي .

وتبدأ العملية الإدارية بوضع خطة عمل مستقبلية لأنشطة المحطة الفضائية ، وتشتمل هذه الخطة على أهداف عامة وأهداف مرحلية وبرامج عمل تحتوي على سياسات محددة من أجل تحقيق الأهداف في التوقيتات المناسبة .

وتعتمد عملية التنظيم والاتصالات وتحديد المسؤوليات في المحطة الفضائية في غابة الأهمية ، حيث يختلف الهيكل التنظيمي للمحطة عنه في الأنشطة والمؤسسات الأخرى ، حيث يحتاج العمل إلى نموذج عمل الفريق ، ومن ثم يتكون الهيكل من فرق عمل مختلفة ، منها : فرق عمل للشؤون الفنية والمهندسية ، وفرق عمل للتسويق ، وفرق عمل للمراسلين ، وفرق عمل للمعلومات والاتصالات ، وفرق عمل للإعلامات ، وفرق عمل للبحوث والدراسات ، وفرق عمل لإدارة الأزمات والطوارئ . إلخ .

وفيما يتعلق بالتوجيه والرقابة يقوم رئيس فريق العمل بتوجيه الرؤوسين بشكل يومي ومستمر نحو تحسين الاداء والتطوير المستمر لنظم وطرق العمل ، ومتابعة الأعمال ، وتصحيح ما يقع من أخطاء العمل أولاً بأول .

وأتساقاً مع روح العصر ، لم يعد هناك بديل من اتباع الفضائيات العربية لمنهج إدارة الجودة الشاملة بحيث تكون إدارة المحطة الفضائية رؤية خاصة ، مما تنطلق من قناعتها بدورها القومى والاجتماعى والتنويرى ومهام محددة لتحقيق هذه الرؤية المشتركة بين الإدارة والعاملين في المحطة الفضائية ، فضلاً عن اعتماد أسلوب التحسين المستمر وتهيئة بيئة العمل الداخلي بما يتفق مع المتغيرات الخارجية المحلية والعالمية ، إضافة إلى تطبيق منهج العميل الداخلي الذى يعتمد على اعتبار كل فريق عمل عميلاً لبقية فرق العمل الأخرى ، يجب تلبية كافة متطلباته وتطلعاته أو رغباته الحالية والمستقبلية مع الاقتناع التام بأن العميل هو سيد السوق ، ويجب بحث ودراسة كافة أوامره وتلبيةها أولاً بأول . . الأمر الذى يوجب على إدارة المحطة الفضائية استطلاع رأى جمهور العملاء في خدماتها في كافة قنواتها بشكل مستمر ، والوقوف على الإيجابيات والسلبيات والقضاء على كافة السلبيات وصولاً إلى درجة العيوب الصغرى .

## أوراق العمل

ولا ينبغي أن إعادة الهيكلة الإدارية المستمرة للمحطات الفضائية ، تتطلب استمرار تطوير نظم الحاسبات الآلية والمعلومات وشبكات الربط ، وإعادة هيكلة نظم المعاملة البشرية والهيكل الوظيفية والإدارية والمالية بما يتفق مع التغير في حجم النشاط ، ومع التغيرات العالمية والمحلية المستمرة . ولنجاح كافة هذه الجهود ، لابد من الاهتمام بهذه المعلومات والبيانات الإحصائية وتحليلها وتوظيفها لدعم اتخاذ القرارات الإدارية ، ومراجعة نظم التسويق والإعلانات والإنتاج الفني والمواد العلمية والمصنفات والرسائل الموجهة ، ووسائل الاتصالات المتبعة وتوسيع مداها وقدراتها فنياً وإدارياً وتنظيمياً .

ولا شك أن نجاح تطبيق أسلوب إدارة الجودة الشاملة في الفضائيات العربية يحتاج إلى استخدام النظم الداعمة للجودة، مثل: نظم المحاسبة للمالية والمراجعة ونظم التكاليف ونظم الحاسبات والمعلومات ، والجودة الفنية ونظم التدريب والتنمية البشرية ، وتقييم الأداء والرقابة على الجودة فنيا وإداريا بشكل مستمر .

وفي ضوء ما سبق ، نجد أن إدارة الفضائيات العربية تحتاج إلى مراجعة للالتزام بالمبادئ والأصول العلمية ، والفصل بين الملكية والإدارة والبعد عن الإدارة العائلية لبعض المحطات ، فضلا عن أهمية تحرر الإدارة من الضغوط الحكومية والتمتع بالاستقلال في اتخاذ القرارات حتى تتحقق لها المصداقية لدى المواطن العربي ، ويزداد الإقبال على مشاهدتها والإعلان في قنواتها وما يرتبط بذلك من إيجابيات اقتصادية وقومية مهمة .

## القيم الفنية في شعارات القنوات

### الفنانية العربية

#### أ. أشرف أبو اليزيد<sup>١</sup>

#### مقدمة

**حين** اشتقت كلمة "لوجو" من اللغة اللاتينية كان يعنى بها : الاسم ؛ لذا يمكننا أن نعود بالتاريخ إلى الحضارة اليونانية لنسجل اختراع (اللوجو) رمزا يتكون من حرف أو علامة أو أكثر ، بديلا لاسم ، أو معنى ، أو موضوع .

وكان هذا الرمز يتكون - في أغلب الأحيان - من الحرف الاستهلاكي الأول للاسم المختزل . ولعلنا نذكر كيف كانت المعاملات الرومانية واليونانية تحمل علامة أو شعارا للحكام أو المدن . وظل تطور هذا الترميز قائما عبر العصور ، حتى ارتبط - بعد خروجه من السطوة الدينية والسلطوية - بالتجارة والفن معا ، بعد أن غدا يجسد العلاقة بينهما . وصرنا اليوم نرى في الشعار / اللوجو معادلا موضوعيا للسلع التجارية، بل وأصبح هناك عرف وقانون دوليان لحماية العلامات التجارية من التقليد والتزوير ، بعد توثيقها وتسجيلها وتصنيفها ضمن مواد الملكية الفكرية .

ونحن نذكر كيف كانت العلامة التجارية ، قبل قرن من الزمان ، يتم ترجمتها حين تنقل إلى اللغة العربية ، ولعل أشهر ما ترجم كانت علامة (الكوكاكولا) ، التي حاول الخطاط نقل (الإحساس) الحر للحروف اللاتينية في الأصل الإنجليزي ، الذي كان يجسد في الوقت نفسه طقسا مجتمعا يدعو إليه مشروب الكوكاكولا. وغير ترجمة العلامة التجارية بصريا ، كانت هناك محاولة أخرى لابتكار معادل ، مختلف ، مثلما في علامة (شل) على سبيل المثال .

ولدى اختراع التلفزيون ، ودخوله إلى بلداننا العربية، كان من السهل أن يتم التمييز بين قنواته ، فلم يكن هناك لدى للمشاهد سوى حفنة من المحطات البصرية الحكومية لا يسعه سوى تسميتها بالأولى والثانية ، وهكذا ، وهو مميّز كان يحتمد بالدرجة الأولى على المحتوى الذى تقدمه القناة التلفزيونية .

(\*) المحرر الأدبي والنقاد التشكيلي - مجلة العربي - الكويت .

## أوراق العمل

ولكننا اليوم ، وفي ظل وجود عشرات القنوات الفضائية العربية المتشابهة في المحتوى ، يبدو الحديث عن التمييز بينها أمراً عبثياً ، بعد أن اختلطت بشكل مثير ، فلا يكاد المشاهد يميز بينها إلا حين يتميز شعار الذي توزعه هذه القنوات في جهات الشاشة الأربع . وقد أصبح هذا التمييز صعباً في أحيان كثيرة ، بعد أن رأينا بعض القنوات (تنقل) أو (تحاكي) قنوات أخرى أسبق عليها .

وفي الوقت الذي حرصت فيه بعض القنوات على الحرف العربي ، بسماته الواضحة الجميلة ، لم نجد قنوات أخرى غضاضة في أن تتبنى الحرف اللاتيني تماماً ، بينما حاولت مجموعة ثالثة أن تمسك العصا من المنتصف ، وأن تجمع الحرفين معاً ، في محاولة يائسة للوقوف على السلم المفضي للاتجاهين ، وكانت المجموعة الأخيرة قد اختارت التعامل مع الصورة رمزا .

## فئات التصنيف ومقوماته

سنحاول - بداية - تعرف فئات هذه المجموعات من تصميمات القنوات الفضائية العربية ، بتصنيف بعض نماذج منها ، كما في الجدول الآتي :

توزيع هذه المجموعات من القنوات				المجموعة
قناة العربية	قناة المنار	حزمة القنوات المحلية في مصر السق بث فضائيا والقناة الفضائية المصرية الثانية	مجموعة قنوات الجزيرة	قنوات تستخدم الحرف العربي في تصميمها
سيس تون (للأطفال)	مجموعة من قنوات الأخوان من : نجوم ومزيكا	القناة الفضائية المصرية	قناة إم بي سي ، وإم بي سي ٢	قنوات تستخدم الحرف اللاتيني في تصميمها
مجموعة قنوات راديو وتلفزيون العرب	قناة : دريم الأولى والثانية	قنوات دبي الفضائية	قنوات النيل المتخصصة	قنوات تجمع بين الحرفين : العربي واللاتيني
القناة السعودية الأولى	القناة الأردنية	قناة قطر الفضائية	قناة الإمارات الفضائية	قنوات تستخدم الحرفين : العربي واللاتيني برموز بصرية

هذا الطيف الشاسع من التنوع لا يخلق وحلة تصميم مقبولة جرافيكيا وبصريا ، بل إنه يقضى بنا إلى الفوضى البصرية التي تعاقب منها مجتمعاتنا العربية في كل مناحي الحياة .

إن هدف هذه الورقة ، لا يقف عند الحدود المعرفية لتنميط الشعارات ، بل أراه دعوة موجهة إلى كل المختصين - حسب مجالهم - للتخلص من هذه الضوضاء البصرية ، التي لا تؤدى العين وحسب ، وإنما تربي أجيالا لا تعنى بهذه القيم التي نعلها من ضرورات الحياة . فما فائدة بناء مجمع سكني دون أن يكون مراعييا لقيم جمالية تساهم في إذكاء العملية الإبداعية لسكانه، وراحته النفسية ، بل وعدم المشاركة في الضوضاء البصرية التي زاحمت حياتنا ؟

ونحن نزعم أن وزراء الإعلام سيجمعون عاما بعد عام ، دون أن يكون على أجنحة اجتماعهم الاهتمام بهذه اللغة البصرية ، التي تترك للمشوائية حيناً ، أو المبادرات الفردية حيناً آخر ، ودون أن تكون هناك معايير واضحة من أى نوع لتصميم الشعار الذي هو الهوية ؛ فالشعار لا يقدم اسم القناة الفضائية وحسب ، بل هو حامل هويتها، مثله كالنشيد الوطني وعلم الدولة .

### القيم التشكيلية الصريحة للشعار

من الضروري دراسة شعارات الفضائيات العربية ، من خلال القيم التشكيلية المصرح بها . ففي شعار قناة (الجزيرة) ، على سبيل المثال ، نذكر هنا انخياز مصمم الشعار إلى الخط العربي ، ووحدة الكتلة ، وكذلك اللون الذهبي ، الذي هو إشارة لرمال الجزيرة العربية ، أو أنه معادل موضوعي لقيمة الذهب ، التي تشي بالرياسة والقيمة والخلود .

وقد أصبح الشعار بكتلته وحدة بصرية نموذجية للعلامة التجارية ، وهو بذلك يكون قد حقق هدفه الأول في توحيد اللغة البصرية لشعار القناة ، وإن مجرد مشاهدة ذلك اللوح بأى حجم ، تنقلنا إلى رسالته : إنها قناة الجزيرة الإخبارية .

وحين بدأت قناة (الجزيرة) خطتها لإضافة قنوات تخصصية لم تنأزل عن الشعار الأم ، بل إنها وسدته داخل إطار شبكي مريح للنظر ، وأضافت أدناه اسم القناة المتخصصة : الرياضية . وهكذا لم تفقد (الجزيرة) ذلك الربط بين الشعار الرئيسي ، والشعارات الفرعية ، وهو الهدف الثاني ، وأعني به خلق شجرة عائلة للشعار الأساسي . واعتقد أيضا أن هذه القناة نجحت فيه .

## أوراق العمل

وإذا قارنا ذلك بالشعار الذى تقدمه القناة الفضائية المصرية فى إعلانها ، على سبيل المثال ، نجد تلك الخلطة التجارية التى تفتقر إلى الوضوح واللماحة فى الشعار النموذجى . فالقناة الفضائية المصرية اعتمدت صورة ثلاثة أحرف لاتينية هى الأولى من ترجمة الاسم ، وحولت هذه الحروف بطريقة ما إلى ثلاثة أهرامات رمزا مصريةا خالصا .

وإذا قارنا بين الصورة الشائعة التى كان يبنى عليها هذا الشعار ، والصورة البديلة المقترحة ، يوجد ثلاثة أهرامات مصممة ، باللون الذهبى نفسه ، وتحتها (المصرية) مثلا أو (مصر) أو أية كلمة عربية مختارة ، لوحدنا أن ذلك أجدى وأنفع ، وأكثر قدرة فى نقل الرسالة البصرية . وقد ظل هذا الأمر الفن الشال حتى استقر لوجو القناة على اعتماد النسر الذهبى شعارا ، بعد ترك سماء العلم إلى ركن الشاشة الأيمن العلوى واستراح هناك ، ليدل على (رسمية) مبسطة وقوية فى آن واحد .

ونجد ، من ناحية أخرى ، أن الفضائية المصرية الثانية ، التى اختارت بقعة العلم بألوانه الثلاثة المميزة كأرضية ، ورقم ٢ طيقة عليا ، أكثر نجاحا فى وصول الرسالة (المصرية) للشعار ، ويمكن أن نجد حلولاً أفضل فى شكل العلم وحجمه ، وعلى الرغم من أن الفكرة أكثر وضوحا من الفضائية المصرية الأولى بكثير ، تبقى الثثرة التشكيلية فى إضافة الكلمة (المصرية) ، فأصبح لدينا رقم ، وحروفية ، وعلامة بصرية ، وهو زحام لا تحله أية قدرة تصميمية فى الحيز المتاح والمفترض ألا يعطل الصورة الأساسية التى تبث .

وغير ذلك من التحليل يمكن أن يقال عن القنوات المحلية - التى أصبحت فضائية مع بث : النابلسات - ونراها تتنافس فى التقليد . ويكفى أن القناة السادسة المصرية عندما بدأ بث قناة (٢) شقيقة إم بي سى ، المخصصة للأفلام الأجنبية ، سارعت السادسة باعتماد الدائرة ورقم ٦ داخلها ، وكأنها وجدت حلا سحرى للشكل النهائى لقناة محلية ، وسرعان ما تغيرت هذه الدائرة إلى مدار مفتوح ، ثم اعتمدت الخامسة الدائرة مع رقم ٥ بداخلها!! أما القناة الثالثة فقد تأرجحت من الأهرامات ، إلى رقم ٣ ، إلى ما يشبه ثلاث كرات وهو أمر يؤكد لنا أن القيم التشكيلية التى يصرح بها الشعار لا تعتمد إلا على اجتهاد ، يصيب حيناً ، ويخطئ أحيانا بسبب عدم وجود معايير ما فى التصميم .

والأمر نفسه يمكن أن نراه فى قناة التنوير ، فحروف (التنوير) يتم صفها بالكمبيوتر . لذلك ، فهى مرة كوفية وأخرى غير ذلك ، إنما لعبة تنويرية أكثر منها شعار قناة . ولا توجد أية قيمة تشكيلية فى التصميم غير المستقر .



## القيم العربية التي تعبر أو تعبير في شعارات الفضائيات العربية

وبالطبع ، فالقيمة هنا ليست بمعناها الأخلاقي ، ولكننا نقصد القيمة البصرية ، أي الوحدة الزخرفية التي تتكرر في الشعار ، وتكون لها جذور في الذاكرة البصرية العربية .

وأولى هذه القيم الزخرفية هي الدائرة ، التي تربط في الذاكرة العربية بالشمس ، ولذلك كثيرا ما نرى تردد هذه الشمس في قناة سورية ، والسودان ، وسلطنة عمان ، والجمهورية الليبية ، إما على شكل دائرة كاملة بأشعتها ، أو إشارة بصرية لها ، أو حتى نصف الدائرة لشمس تشرق .

ثانية هذه القيم الزخرفية التشكيلية هي الطيور التي تشتهر بها الأرض العربية ، وأشهرها : الصقر ، ونجد في قنوات بعض دول الخليج العربية ، مثل قناة أبو ظبي ، وقناة الشارقة ، وقناة الإمارات ، مثلما وجدنا النسر في سماء التشكيل المصري للقناة الفضائية .

ثالثة هذه القيم هي السيف ، وهو الشعار للميز للقنوات السعودية ، مع قيمة بصرية عربية رابعة في الشعار نفسه هي النقطة .

أما خامسة القيم الزخرفية فهو الحرف العربي ، ونعتقد أن إمكانيات الحرف العربي لم يتم استغلالها بالكامل ، وهذا يحتاج إلى طرفة تصميمية تفتش عن الكامن في هذا الحرف الجميل من قدرات زخرفية عالية .

وتأتي بدرجات متفاوتة قيم أخرى مثل علم الدولة (قطر ، البحرين ، مصر ، اليمن) سواء بألوانه وتفصيله كاملة أو بمفرده . كما تختار دولة كالكويت قيمة زخرفية أخرى ، حين توظف أشهر معالمها : الأبراج ، ضمن تصميم الشعار المرسوم بالحروف العربية .

## التشابه والاختلاف والتنافر

وفي التشابه والاختلاف بين شعارات القنوات الفضائية العربية ضرورات فنية ومعايير مهنية . وإذا كنا نعتقد بسلامة التشابه بين عائلة القنوات الواحدة، مثل قنوات الجزيرة ، ودبي ، ودرهم ، ولأنه آرتي ، فإن التشابه بين قناتين يصدران عن مؤسستين مختلفتين تماما ، أمر لا يعد مقبولا ، لا على الصعيد الجمالي ، أو القيمي ، والتجاري المهني ، وما بالك بالهوية التي نتحدث عنها .

## أوراق العمل

ومن العائلات الناجحة في تصميم العلامات المميزة (الشعارات) للقنوات الفضائية أيضا قنوات النسيب التخصصية : فحرف النون للمتزوج برشاقة بمقابله اللاتين ، يستقر فوق الهويات الفرعية ، مثل النيل الثقافية ، والنيل للمنوعات ، والنيل للأخبار .

وعلى العكس ، يأتي الاختلاف بين القنوات التي تصدر من دولة واحدة ، وموسسة واحدة ، فيما نراه - مثلا - في دولة الكويت . فأحيانا تعتمد الرقم وحسب داخل دائرة هندسية تحمل شبهة التصميم الإسلامي ، ومرة تخرج اللغة العربية بالإنجليزية ، وثالثة تقدم رمزا مكانيا ، كالأبراج ، مدججا في الحرف العربي ، وبذلك يمكن أن نقول إنها من عائلة واحدة لكن بين الأبناء صفات اختلاف أكثر من جنات الاتفاق والتشابه .

لكن ذلك النموذج يتضائل أمام شعارات القنوات المحلية المصرية ، التي أصبحت - كما أسلفنا - فضائية بفضل نقلها عبر قمر النابل سات . ففي حين نجد القناة الأولى تساوى رقم ١ مع ما يشبه الشعاع أعلى رأس الرقم ، تأتي الثالثة - أخيرا - بثلاث دوائر ، أما الرابعة فترقم ٤ مرسوم بطريقة مساذجة فوق مركب ، والخامسة - من الإسكندرية - بالرقم ٥ داخل دائرة ، والسادسة عبارة عن مدار يضاوي يقترب من الدائري ، مفتوح وملون بقوس قزح ، وداعله الرقم ٦ ، والسابعة عبارة عن رمز لزهرة تشبه زهرة اللوتس فوق يجرى النيل كما اعتاد الفنان المصري القلم تجسيدها ، لنصل إلى القناة الثامنة ، التي يستند بها طرفا الرقم ٨ على مركب فرعوني.

هذه الاختلافات البينة بين شعارات مجموعة واحدة من القنوات المحلية ، مرة يظهر فيها الرقم لاتينيا ، وأخرى يكتب عربيا ، لا يفسر سوى غياب وحدة ما في التصميم ، ويؤكد أيضا وجود اجتهاد غير خاضع لرؤية أو دراسة فنية . وهو ما يمكن أن نسميه بأحد أنواع التعحيط البصري .

ولا يخفى على العاملين في الحقل الإعلامي ، أهمية ، بل عظيمة ، تلك البقعة التصميمية التي تلخص محتوى القناة الفضائية ، وتكاد تنقل رسائلها الإعلامية من أول وهلة .

وما سبق ، يتضح لنا عدة نقاط :

١ - لم تسنح الفضائيات العربية في تحديد القيم الفنية التي تمنحها هويتها ، إلا في حالات نادرة . فلم نصل - في بعض الأحيان - إلى ثبات شعار رئيسي تتفرع منه شعارات فرعية ، مثل سى إن إن ، وبي بي سي ، وتى في ٥ ، التي تثبت شعارها وأدناها الإشارة الفرعية : الشرق ، آسيا ، الدولي ، إلى آخرها من التسميات الفرعية .

- ٢ - إذ تفتش الفضائيات العربية في تثبيت شعارها وتحويله إلى علامة مسجلة ، بسبب ما يطرأ عليها من تغير ، أو ما يعترضها من تبديل ، تنظر هوياتها في المرتبة الثانية ، ولا يبقى ميمزاً سوى التمازج القليلة التي أشرنا إلى بعضها في السطور السابقة .
- ٣ - إن هذا الفشل يعكس - فيما يعكس - الفقر البصري لبعض التصميمات ، واستسهال النقل والتقليد والمحاكاة ضماناً للنموذج الناجح .
- ٤ - كما أن عدم الإيمان بقوة الهوية العربية ، التي تستمد أحد أسسها من أجدية لغتنا العربية ، كان سبباً أساسياً في تباین استخدام الحرف العربي ، إلى درجة الاستغناء عنه تماماً في بعض الشعارات .
- ٥ - إن ذلك كله انعكس لاختلاط الهويات في كل مناحي الحياة ، في لافتات الشوارع ، في أسماء السوامج ، في الألقاب . هذا المنحى العام الذي قادنا إليه فساد الذوق حيناً ، أو عدم وجود مدرسة عربية في التصميم ، هو الذي أوصلنا إلى ما نحن عليه اليوم .

### نوعیة تشكیلة عربیة لشعار الفضائی

ربما نحاول في مختام سطور هذه الورقة أن نسعى إلى تحديد قيم تشكيلية عربية للشعار العربي الفضائي . ولعلنا نسطر الأمر أكثر بالوصول إلى البديهيات .

فهذه القيم الفنية سيكون من مهمتها مراعاة القيم التشكيلية المتقدمة ، والتي ترتبط بأكثر من عنصر في عملية الإعلام الفضائي العربي ، والسعى إلى مدرسة عربية في تصميم الشعارات :

- علينا منح الحرف العربي - بطاقاته الكامنة في التشكيل والإيماء - الفرصة كاملة من خلال الإصرار على تثبيته . إن ليونة الحرف العربي والقدرة على تطويعه تشكيمياً تفوق ما لدى الأجدديات الأخرى . وإذا توصل فنانونا قبل مئات السنين إلى ابتكار شعارات بصرية من خلال الحروف التي تجسد طسوراً ومخاراً - على سبيل المثال - يجعلنا تؤكد أننا اليوم نحمل جزءاً جوهرياً من إمكاناتنا الفنية حين نتخطى عن الحرف العربي .

- إن الحرف العربي مسألة سيادة . ولذلك ، علينا - إذا اخترنا التعبير بلغتين عن الشعار لأسباب تجارية أو سواها - أن نمحها مكانته المستحقة . إننا نسعى إلى أن تكون اللغة العربية إحدى اللغات الرسمية في كل المحافل ، ولا يتأتى ذلك سوى بالإصرار على استخدامها في تصميماتنا ، وشعاراتنا .

#### أوراق العمل

- علينا أن نسمى إلى إنشاء هيئات فنية لإجازة الشعارات ومراجعتها ، لتقدم الملاحظات التي من شأنها إزالة اللبس بينها، وعدم تكرار أو تشابه بعضها، لحماية الملكية الفكرية، والتمييز بين الهويات.
- في المنطقة العربية كنوز بصرية تصلح مادة جيدة للعلامات والشعارات ، بدءا باللون الذهبي ، والأخضر ، والأزرق ، التي تعبر عن المعادلات الموضوعية للجغرافيا، مروراً بنباتات وطيور وحيوانات البلدان العربية . أين شجرة الأرز في القنوات الفضائية اللبنانية؟ أين (دلة) القهوة العربية التي تعد رمز كرم الضيافة في شعارات القنوات الفضائية الخليجية؟ أين حيوان المها في بلد - كسلطنة عمان - يعتبره كنزا قوميا ويتمهد حمايته بالحرميات الطبيعية المثالية؟ أين زهرة القطن ، واللوتس في القنوات الفضائية المصرية؟
- يمكن للمسابقات التشكيلية لابتكار شعارات للقنوات الفضائية ، أن تكون زادا مهما لتحديد الشعارات التي نعلن أن كثيرا منها بحاجة إلى التغيير .

## الفصائيات العربية والمحوى

المراهقون العرب والتلفزيون الواقع : أبة علاقة ؟ وهل من بديل ؟

١ . اعتدال مجبى

### مقدمة

**تشير** الفصائيات العربية - أكثر من أى وقت مضى - جدلا على خلفية ما تشهده المنطقة من تحولات وأحداث وضغوط خارجية ، ومن حيث مدى توصلها إلى صياغة خطاب نقالى عربى ، خاصة وأن "الإعلام العربى المشترك ظل منذ أنشئت جامعة الدول العربية أضعف الآليات التى يسعى من خلالها العرب إلى بلوغ أهدافهم القومية" . ويرى معظم المحللين للواقع الإعلامى العربى أن "الإعلام العربى يمشى صدمة إعلامية على المستوى السياسى والتنظيمى والفنى . فهو ضعيف الاستجابة لعولة الإعلام ، مكبل بقيود السلطة ، تاله بين التبعة الفنية والتنافس السلى على سرق إعلامية إعلانية محدودة" .

وعلى الرغم مما تواجهه من انتقادات ، وما يعاب عليها من ثغرات وسلبات ، تحتل وسائل الإعلام العربية - عموما والفصائيات منها على وجه الخصوص - مساحة هامة فى حياة المواطن العربى . فمعدل مشاهدة الطفل العربى للتلفزيون " يصل إلى أعلى مستوياته فى المراحل الأولى من المراهقة ليهرق ثلاث ساعات يوميا ، ويصل أحيانا إلى ٤,٤ ساعات فى اليوم" .

وإذا عرفنا أن عدد المراهقين من فئة "١٥-١٩" فى منطقتنا بلغ سنة ٢٠٠٠ ما يزيد عن ٣١ مليون شخص أى ما يشكل نسبة ١١ بالمائة من مجموع سكان المنطقة ، ندرك أهمية البحث فى علاقة المراهقين بالتلفزيون وعلاقة التلفزيون بالمراهقين خاصة : أن فترة المراهقة تعد بالأساس "فترة بناء ثقافى واجتماعى ... ومن أن الأدوار الاجتماعية المستقبلية للمرأة والرجل تصنع اليوم فيما يخرس فى عقول المراهقات والمراهقين وما يتاح أمامهم من فرص وإمكانات" .

(\*) مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث - كوثر - تونس .

ومع تنامي عدد القنوات الفضائية العربية وامتداد ساعات البث التلفزيوني ، شهدت البرامج تنوعا بقطع النظر عن محتواها . وأفرزت محاولة التفرد واستقطاب أكبر عدد من الجماهير العربية عامة ، والشبابية خاصة ظاهرة البرامج الواقعية أو ما يسمى بتلفزيون الواقع . وشهدت هذه الأخيرة إقبالا جماهيريا منقطع النظير من ناحية ، وانتقادا كبيرا من ناحية أخرى . فما الذى استقطب اهتمام المراهقين بها ؟ وما الذى لجأوا للبحث عنه في مثل هذه البرامج ؟ ألقوا الدليل على إفلاس الفضائيات العربية على استقطابهم إلا من خلال برامج أو أنكار مستوردة ؟ هل من الفائدة في شيء البحث عن الأثر الذى تخلفه ، أم أن الأجدى بمسى في البحث عن بديل يحولهم من متلقين سلبيين إلى متلقين فاعلين ؟

إن السطرق إلى موضوع : "المراهقون العرب وتلفزيون الواقع : أية علاقة ؟ وهل من بديل؟" يحيلنا إلى أكثر من مستوى من الطرح ويتطلب منا دراسة بعيدة كل البعد عما أنارته برامج تلفزيون الواقع في فضائياتنا العربية من جدل مبن على الأسس على الأحكام التقييمية ، التى تحجب عنا متغيرات وحقائق يمكن أن تتضمن إشارات لصانعي القرار الإعلامى والسياسى حول واقع الشباب العربى ومن ضمنه فئة المراهقين .

لعل عنوان المداخلة يفرض الوقوف ، وإن ببعض النقاط ، حول كل عنصر من عناصر العنوان ومنهنا إلى جميع العناصر في التداخل الذى تفرضه ... ويفرض علينا نسق الأحداث والتطورات التى شهدتها كل عنصر من عناصر البحث في الآونة الأخيرة محاولة استخراج المقاربات ، وطرح التساؤلات على خلفية السعى إلى تلمس خطوات نحو المعالجة الفعالة البعيدة ، كل البعد ، عما تناولته الصحف المكتوبة ومواقع الإنترنت من مواقف مؤيدة ورافضة ...

ويمكن حوصلة هذه المستويات في أربعة :

- مستوى أول : ويتعلق بالفضائيات العربية وما طرحه من مفارقات .
- مستوى ثان : ويتم من خلاله التطرق إلى واقع المراهقين العرب ، وإلى علاقتهم بالإعلام ، وبقية المؤسسات المتداخلة في تشكيل هذا الواقع .
- مستوى ثالث : ويتمرض للعلاقة بين المراهقين ووسائل الإعلام عامة والتلفزيون خاصة .
- مستوى رابع : ويهتم بعلاقة تلفزيون الواقع بالمراهقين .

## المستوى الأول : الفضائيات العربية :

هى الجزء الأبرز من المشهد الإعلامى العربى ... ارتفع عددها حسب دراسة للمنظمة العربية للتنمية الإدارية لسنة ٢٠٠٤ إلى ١٢٠ فضائية تبث عبر القمر الصناعى العربى (عربسات) والقمر الصناعى المصرى (نائل سات) .

ولم ينعكس التطور فى الكم على المحتوى حسب أبرز الدراسات ، وعددها قليل ، بل إنه خلق مفارقات عديدة لعل أهمها المتعلقة بأرضية الإعلام المشقة وآمال المشاهدعلقة من ناحية ، وإقبال نفس هذا المشاهد على الفضائيات العربية من ناحية أخرى حتى قبل بروز "ظاهرة" تليفزيون الواقع على شاشاتها ...

ففى قراءة لبعض ملامح المشهد الإعلامى العربى ، يتبين أن : سياساتنا الإعلامية تشكو من انقسام حاد بين الغايات والإمكانات وبين الشعارات والممارسات وعجز عن تحقيق أى نوع من التكتل الإعلامى ، حيث يرتبط ذلك ارتباطا عضويا بالفشل فى إحداث نوع من التكتل السياسى ، وذلك نتيجة منطقية لتبعية الإعلام السياسية . كما يتسم واقعنا الإعلامى بـ "تسرب مشاهدنا إلى منافذ الإعلام الأجنبية لفقدان الثقة فى الإعلام المحلى" و "إعلام فضائى معظمه مهجر فى غير موطنه ، يستورد أكثر مواد الإعلامية" ... أضف إلى ذلك سهولة اختراق المساحات الإعلامية ، خاصة القنوات الفضائية منها ، لتوظيفها توظيفا أيديولوجيا فى غياب هيكل لتنظيم عمل وسائل الإعلام كما هو الشأن بالنسبة إلى العديد من الدول الأوروبية والأمريكية ، والى جنحت إليه ، بعد إرسالها لأسس حرية التعبير والصحافة والرأى ، لحماية المستهلك من اختراقات يحددها "المستهلك" بنفسه ...

لكن واقع الإعلام العربى يحمل مفارقات عديدة أخرى، لعل أهمها : المساحة التى يحتلها التليفزيون من ضمن اهتمامات الأطفال والمراهقين والشباب العرب ، وذلك بالرغم من العديد من الثغرات والمواخذات والسلبيات التى طبعت الإعلام فى منطقتنا .

ذلك أن معدل مشاهدة التليفزيون من قبل الطفل العربى يصل إلى أعلى مستوياته فى المراحل الأولى من المراهقة ، ويغرق ٣ ساعات يوميا ، ويصل أحيانا إلى ٤,٤ ساعات يوميا . وفى استطلاع للرأى قامت به وزارة الطبأب والطفولة والرياضة بتونس سنة ٢٠٠٠ شمل ١٠ آلاف شاب فى سن ما بين ١٥ و ٢٩ سنة ، تبين أن ٧٥ بالمائة من هذه الفئة تشاهد التليفزيون و ٨٨,٨ بالمائة يستمعون إلى الإذاعة و ٧٠,٧ بالمائة يقرأون الصحف . مع الإشارة إلى أن ٣٣,٣ بالمائة من المستجوبين

يخصصون بين ١ و ٣ ساعات لمشاهدة التلفزيون . أما في قطر ، فيخصص ٨٥ بالمائة من الأطفال ٤ ساعات في اليوم لمشاهدة التلفزيون ، كما جاء في مداخلة "محمد كريشان" من قناة الجزيرة قدمها في إطار المنتدى الإقليمي للمجتمع المدني حول الطفولة بالرباط سنة ٢٠٠١ . وكشف استطلاعاً أجزته منظمة اليونيسيف سنة ٢٠٠٠ حول المرأة والطفل في الإعلام الفلسطيني ، أن ٨٤,٤ بالمائة من فلسطيني الضفة والقطاع من عمر ١٨ سنة فأكثر يشاهدون التلفزيون يومياً ، بينما يستمتع ٥٧ بالمائة منهم إلى الإذاعة .

#### بعض ملاحظات المشهد الراهن للإعلام العربي :

- سياسات إعلامية تشكو من انقسام حاد بين الغايات والإمكانات وبين الشعارات والممارسات ، وعجز عن تحقيق أى نوع من التكتل الإعلامي ؛ حيث يرتبط ذلك ارتباطاً عضوياً بالفشل في إحداث نوع من التكتل السياسي ، وذلك نتيجة منطقية لتبعية الإعلام للسياسة .
  - قصور شديد في البحوث النظرية في مجال الإعلام ، فضلاً عما تدل به أكاديميات الإعلام العربية من تبعية أكاديمية للمدارس الغربية، وغياب البحوث الإعلامية ذات الطابع الجماعي .
  - نصوص دستورية تؤكد مبدأ حرية التعبير وحرية النشر ، تفرغ من مضمونها بعبارات ناسفة تدلها من قبيل "بما لا يتعارض مع المصلحة العامة" و "بمقتضى القانون" .
  - تسرب مشاهدتنا إلى منافذ الإعلام الأجنبية لفقدان الثقة في الإعلام المحلي .
  - صحافة رسمية يعتبرها البعض مثلاً نموذجياً لصحافة الولاء .
  - تدفق إعلامي غائب أو شبه غائب ما بين الدول العربية .
  - اهتمام ضئيل بشؤون الإعلام من قبل القائمين بالتنمية .
  - إعلام فضائي معظمه مهاجر في غير موطنه ، يستورد أكثر موارده الإعلامية .
  - تحتل الدول العربية ذيل قوائم الإحصائيات الإعلامية التي تصدرها منظمة اليونسكو ومن استهلاك ورق الصحف إلى معدلات القراءة والاستماع .
- المصدر : على ، نبيل : الثورة العربية وعصر المعلومات : رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي ، عالم المعرفة- الكويت ٢٠٠١



## المستوى الثاني : المراهقون العرب :

لم يحظ المراهقون العرب - شأنهم في ذلك شأن الفضاليات العربية - بالدراسة الكافية ... وتطرقَت جيل الدراسات العربية إلى فترة المراهقة باعتبارها فترة أزمة يتسم خلالها المراهق بمواقف متشددة تجاه محيطه الضيق والواسع فتحوله إلى رافض لكل ما يأتيه من الآخر ، أفرادا كانوا أو مؤسسات ... ولعل في تقرير تنمية المرأة العربية الثاني حول "الفئة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" الذي أصدره في موفى سنة ٢٠٠٣ مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" محاولة للخروج من الطرح الكلاسيكي الذي طبع دراسات المنطقة وبحوثها حول إلى المراهقة إلى اعتبار هذه الفترة بالأساس "فترة بناء اجتماعي وثقافي" تحكمها متغيرات عديدة :

( أ ) متغيرات ناتجة عن الخصائص الفردية للمراهقين .

(ب) متغيرات تتعلق بخصائص العائلة .

(ج) متغيرات تتعلق بحملة المؤسسات التي تطال حياة المراهقين كالمدرسة ووسائل الإعلام ، وسوق العمل والمؤسسات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية .

( د ) متغيرات تتعلق بالتنظيم الاجتماعي الكلي في بعده السياسي والأيدولوجي والثقافة والتقاليد والقيم الناطقة بالحياة الاجتماعية كالدين ....

وإذا ما اعتمدنا هذا التعريف لفترة المراهقة ، يتبين لنا أنها حالة علائقية اجتماعية بصوغها طرفان: المراهق والمجتمع . وبأنه من غير المنطقي فهم المراهقة وإشكالياتها دون فهم المجتمع نفسه وخصائصه ودينامياته ، علاوة على مختلف الأنظمة القائمة به .

"والنظام القائم في المجتمع العربي اليوم ليس نظاما تقليديا بالمعنى التراثي ، كما أنه ليس معاصرا بالمعنى "الحداثوي" بل هو خليط غير متمازج من القديم والحديث ، من التراثي والمعاصر" .

أضف إلى ذلك : ما عرفه العالم من تحولات على كل المستويات الاقتصادية والسياسية والمسكوبة والثقافية والأيدولوجية ، كانت المنطقة العربية من أكثر مناطق العالم تأثرا بها . بل إن "المراهقات والمراهقين العرب ربما كانوا الأكثر تأثرا من غيرهم لأنهم في مرحلة تفتح وعيهم وتكوين قيميهم المثالية التي اصطدمت بقوة بعالم متحول يتميز بتراجع لفسة الدبلوماسية والحق لصالح لفة القوة" . نصرف المراهقون العرب - أكثر من أي وقت مضى - اندماجاً للقضايا المحلية بالإقليمية والعالمية في وعيهم وتواتر مجموعة من الأسئلة الصعبة والمعقدة في الوقت ذاته في أذهانهم حول القيم الزائفة والحق والعدالة والحرية والظلم وأحلاقيات المقاومة وجنودها ودور المجتمع التحصيني ... وعملت

في سلوكياتهم ردود فعل متباينة تصل حد التشدد فيما يتعلق مثلاً بالهوية الدينية والخصوصية الثقافية ... في المقابل ، لم تتوفر لهذه الشريحة خيارات متنوعة لا على مستوى المؤسسات المتداخلة في تشكيل هويتهم ، ولا على مستوى الأسرة "المعتقة" اقتصادياً ودينياً وإعلامياً ...

كما خلق تواتر الأحداث واختراقها لأدق تفاصيل حياة المواطن العربي ، رغبة في اتخاذ مسافة منها لدى شريحة منهم والبحث عما يغذى لديهم : الحلم والانتعاق ونيز الروتين الذي عادة ما تخلفه الأحداث السياسية والحروب وما يوافر لهم حلولاً سهلة في مواجهة واقع معقد ومستقبل مجهول وما يعرض إعفاق المؤسسات بما فيها الأسرة في التواصل معهم ... إضافة إلى كل مقومات الإغراء المادي والجمالي ... فكانت برامج "تلفزيون الواقع" ... كإحدى آليات مقاومة الإحباط لديهم وإن لحين ...

لقد أبرز تقرير تنمية المرأة العربية الثاني لمركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" حول "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" اعتماداً على مقابلات أجريت مع مراهقات ومراهقين في سبعة بلدان عربية وهي : تونس ولبنان والبحرين ومصر واليمن والجزائر والمغرب ، بعد إقراره بصعوبة الجرم بوجود منظومات قيم على درجة من التكامل لدى المراهقين ، أن المسحرة تبقى من الخيارات المهيمنة لدى المراهقات والمراهقين "وترتبط بالنسبة إلى عديد منهم بتأمين مستقبل أفضل سواء عن طريق الدراسة أم عن طريق العمل المهدى اقتصادياً . كما ألما شكلت في حالات أخرى هدفاً قائماً بذاته هرباً من الوضع الاقتصادي والسياسي في البلد باعتبارها : المخرج شبه الوحيد المتاح للتخلص من الإحساس بالإحباط والضياع أو انسداد الأفق" . كما لاحظ التقرير أن السعادة تعد بالنسبة إلى المراهقات والمراهقين حلماً موجهاً بما يشير إلى أن مصادرها في المجتمع منعدمة .

### المستوى الثالث : وسائل الإعلام والمراهقون :

تسبب مما سبق وضمان مجالين يملوان للوهلة الأولى منفصلين ، إلا أن درجة التقيد في واقع كل منهما يميل إلى واقع واحد تحكمه نفس المتغيرات وتساعد في بلورته بالشكل الذي هو عليه . وما يزيد الأمر تعقيداً في تباین علاقة وسائل الإعلام بالمراهقات أو المراهقين بوسائل الإعلام ، "ولو" العلاقة أو "اللاعلاقة" أي تطورهما في اتجاهين مختلفين في الظاهر وتقاطعهما على أكثر من مستوى في الباطن ... و"يأتي التلفزيون في المرتبة الأولى بين غيره من وسائل الاتصال ، ليس فقط من حيث عدد الساعات التي يقضيها الطفل أمام شاشته ، ولكن أيضاً من حيث قوة تأثيره" .

ولئن شكلت الفكرة المحورية "أى التأثير" نقطة انطلاق البحوث العربية في هذا الاتجاه ، فإن ما تناول منها كيفية مواجهة الوضعية القائمة يكاد يعد على الأصابع ، بل إن المستوى الأول من البحث بقى هو الآخر ضعيفا في التطرق إلى علاقة المراهقين بوسائل الإعلام . ففى دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التى أجريت على الطفل العربى من سنة ١٩٦٠ إلى سنة ٢٠٠٠ في محاولة لاستخلاص العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون ، أحصت الباحثة دراستين تناولتا علاقة الطفل بالتلفزيون في مرحلة المراهقة المبكرة بشكل مستقل أى ما نسبته ٢,٢ من إجمال ما أجرى من بحوث ودراسات حول الطفل العربى حتى الآن . كما رصدت الدراسة ٦ بحوث تتطرق إلى علاقة المراهقين بالتلفزيون في فترة المراهقة المتأخرة (١٥-١٨) وهو ما يشكل نسبة ٦,٥ من إجمال الدراسات والبحوث المجرى في تلك الفترة<sup>٤</sup> علاوة على أن الست دراسات المذكورة أجريت كلها في مصر ... أما عن الأطفال في مرحلة المراهقة عموما (١٢-١٨) ، فإن دراسة واحدة أجريت في قطر ثم رصدها في الفترة نفسها ، وتعلقت باستطلاع آراء عينة من النشء والشباب في برامج التلفزيون وشكلت نسبة ١,١ بالمائة من إجمال ما أجرى من دراسات حول الطفل والتلفزيون ...

وبعد تقرير تنمية المرأة العربية الثانى حول "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" من بين الإصدارات النادرة في المنطقة من حيث جمعها لسبعة بلدان عربية وارتكازها على شهادات المراهقات والمراهقين أنفسهم . وتبين من خلال التقرير أن متابعة وسائل الإعلام وخاصة منها التلفزيون تعد من الأنشطة الرئيسة لدى للمراهقات والمراهقين . ويبحث أغلبهم في هذه الوسائل عن التسلية والترفيه . فيتابعون المسلسلات والأفلام العربية والأجنبية وأفلام الكرتون والمغامرات والمسابقات والموسيقى ، ولا يولون في المقابل اهتماما بمتابعة الأعباء مثلا أو الوامج التربوية والوثائقية والعلمية . كما تبين من خلال التقرير أن الموسيقى على اختلافها تعد اهتماما أساسيا في كل البلدان التى شملتها الدراسة وفي كل الفئات الاجتماعية ...

نحن إذاً بصدد دراسة فئة لم تحظ بالاهتمام الكاف في البحوث والدراسات العربية وهى فئة المراهقين ، وإن حظيت بنصيب منها ، فهو لا يتعدى التطرق إليهم باعتبارهم أطراف أزمة في المقام الأول ، وأمام مجال لم يخرج من "الانتقاد والتحذير" في بحوثنا العربية من ناحية ثانية ... على الرغم من أن "السحرة الجدد" على حد تعبير "لينيأشيو رامونيه" في إشارته إلى وسائل الإعلام "يدخلون أذهاننا عنوة ، دون أن نشعر ويزرعون فيها أفكارا ليست منا" ...

## أوراق العمل

وينسحب هذا الأمر بشكل كبير على فئة المراهقين التي ، ولئن اعتبرت شريحة غير منتجة للثقافة ، إلا أنها تعد عجزنا للقيم الثقافية الاجتماعية التي تساهم في بلورة شخصية مواطن الغد . وأقبلت هذه الفئة - شأنها في ذلك شأن الجماهير العربية - على تجربة التلفزيونات الفضائية مجردة من أية مؤهلات أو مهارات تساعدها في التعامل النقدي مع وسائل الإعلام والرسائل التي تحاصرها وتفقدوها مناعة الانتقاء فتجعلها قابلة للاختراق . فلطالما تعاملت الأقطار العربية مع وسائل الإعلام باعتبارها :

● أدوات تعبئة ودعاية ينحصر دورها في الدعاية للحاكم ، وتبرير اختياراته وقدراته ، وليس تكوين المواطن الواعي والناقد والمسؤول .

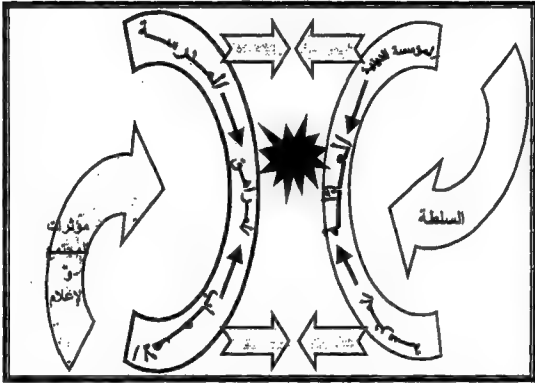
● تنتصيب نفسها الوصي الراشد على الجماهير بممارستها رقابة كاملة على محتويات هذه الوسائل .

وسمع انقضاء عهد احتكار الدولة لوسائل الإعلام ، وجد للمشاهد العربي نفسه في مواجهة سيل عارم من البرامج والمحتويات والرسائل التي لم يؤهل التأهيل المناسب لمواجهتها ...

أضف إلى ذلك الخلل المتمثل في "ضعف الإنتاج المحلي الذي لا يتعدى في أحسن الحالات ٥ بالمائة من برامج البث" وانعدام وعي القائمين على سياسات الإعلام والاتصال في منطقتنا العربية بأن الإنتاج الاتصالي هو اليوم أكثر من أمس في صلب الصراع التكنولوجي والاقتصادي والأيدولوجي" ، وهو ما عبر عنه الباحث "روني تريقوري" متحدثا عن المجتمع الفرنسي واصفا إياه بأنه "مازال بعيدا عن إرساء قيم يواجه بها تحديات مجتمع الإعلام والاتصال ، بسبب تراجع قدرة الاقتصاد الفرنسي على المنافسة ووهن تطور معارفنا ومحدودية جدوى نظامنا التربوي ، وضعف إشباعنا الثقافي"...

أما فيما يتعلق بفئة المراهقين ، فحمة حقيقة لا يمكن التغافل عنها : فهم أصبحوا اليوم في حل من مراقبة والديهم ، ويعيشون هامشا من الحرية والاستقلالية . وأكد تقرير تنمية المرأة العربية الثاني في هذا الإطار تقلص دور الأسرة على أهميته بشكل متدرج لصالح مؤسسات أخرى كالمدرسة والمؤسسة الدينية ووسائل الإعلام . وقد أصبحت هذه الأخيرة تضطلع بدور متزايد الأهمية في تكوين سلوكيات المراهقين بسبب ما تتمتع به من ميزات لا تتوافر في المصادر الأخرى .

رسم ١ : مخطط لعناصر التصادم بين المراهق والمدرسة والعائلة والمؤسسة الدينية ، باعتبارها مؤسسات ممثلة للسلطة الاجتماعية والثقافية .



المصدر : تقرير تنمية المرأة العربية الثاني حول "الفئة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" . مركز للمرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" . ٢٠٠٣

#### المستوى الرابع : المراهقون بين تليفزيون الواقع والتلفزيون

"إن وسائل الإعلام والاتصال لا تخفى عنا اليوم شيئا ، لكن هل تعلم هذه الوسائل أحدا شيئا" وجدت في تساؤل عالم الاجتماع الفرنسي "فرنسيس بال" ممهدا مناسباً للتطرق إلى علاقة المراهقين العرب بتلفزيون الواقع وما يعلمه ، إن حافظنا على تعبير "فرنسيس بال" نفسه ، للمراهقين العرب مروراً بالبحث في سبب إقبالهم عليها وما وجدوه فيها من ضالة .

مسألتي يوفره تلفزيون الواقع ؟ بمراجعة الأدبيات العربية والأجنبية حول وسائل الإعلام عامة والتلفزيون خاصة ، يمكن لنا الانطلاق من خصائص حددتها المهتمون بالموضوع للتلفزيون . قراءة يمكن أن تشكل إنارة لما توافره هذه النوعية من البرامج إما على المستوى التقني أو المحتوى أو الخطاب :

## أوراق العمل

■ قال عالم الاجتماع الفرنسي "ميشال فوكو" : الخطاب ليس مجرد قول يكشف أو يعبر عن ممارسة ، بل إنه ممارسة وفعل في الواقع . ويضيف : "إن الخطاب ليس فقط ما يترجم الصراعات أو بين المهيمنة بل هو ما يتصارع من أجله وما يتصارع به" ... وإذا ما سلمنا بأن تلفزيون الواقع يعكس فكرة موجهة إلى جمهور معين يراد بها تحقيق أهداف معينة ، يمكن اعتبارها عطابا بما أنه ممارسة وفعل في الواقع ، خاصة أن مفهوم الكتابة في وسائل الإعلام "يمتد إلى التصوير والإخراج والإنتاج" . فتلفزيون الواقع يستعمل أسس الخطاب أي : ما يتعلق منها بمحج السلطة . والواقع سلطة في حد ذاته يضاف إليها سلطة وسائل الإعلام .

■ "منذ عام ١٩٩٥ الذي يعد بداية الانتشار الكثيف للقنوات التلفزيونية الفضائية ، أخذ عالمنا يتحول فعليا وبسرعة من ثقافة الماطلة إلى ثقافة للمشاهدة أي من إعلام التركيبات الحرفية إلى إعلام الصور وتركيباتها" .

■ في تحديدها لانهيار الطفل بالتلفزيون أكدت الإستراتيجية الإعلامية العربية في علاقتها بمكانة الطفل أن هذا الأخير "يعتقد أن ما يراه من شخصيات ومواقف في المواد البرمجية والدرامية والترويجية إنما هي شخصيات ومواقف حقيقية لا افتراضية ، وكلما ارتفعت قدرة هذه المواد على إهمار الطفل وجذب اهتمامه ترسخ اعتقاده الطفل بأن هذه الشخصيات والمواقف هي العالم الواقعي " .

■ "يمتاز التلفزيون عن بقية وسائل الإعلام الأخرى بأنه متعة الاستعراض والمشاهدة والفرجة" . وأن مختلفي العرض التلفزيوني "لا يتلقى الكلمات بل يستمع أيضا إلى الأداء ونبرات الصوت" . كما يراقب نظرات العين وحركات اللحن ، والكشف عن معالم الوجه والإيماءة" ...

إن غشتلف العناصر الواردة أعلاه خبءاء في مجال الإعلام تخيلنا إلى الإقرار بأن تلفزيون الواقع يرتكز على عناصر قوة في تصميمه وإنتاجه ترتبط ارتباطا وثيقا باحتياجات المشاهد من ناحية ، وبقدرة التلفزيون من ناحية أخرى ، إضافة إلى عناصر الترويج للمتوفرة في هذه النوعية من البرامج ؛ إذ تغذى الشعور بالانتماء إلى فئة معينة وهي الشباب وإلى وطن وإلى منطقة . وهي تتيح التفاعل الذي عادة ما تفقد إليه باقي البرامج ، بل إنه يعحق الإحساس بسلطة القرار المفقودة في ممارساتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية . والأهم من هذا كله ، يقدم تلفزيون الواقع حلولاً ونتائج ملموسة كالمشهرة والزواج وصولاً إلى تقديم متزوج إلى السوق وتسويقه .

ولسنا أن نتساءل : ألم يستعصى المشاهد بمثل هذه البرامج عن كل أنواع الكبت التي يمشيها على المستويات السياسية والإعلامية والاجتماعية ؟

ألم تستغل بعض الدول العربية انفجار هذا الكبت وممحت ، بل حرصت على خروج شيئاها "وشعرها أحيانا" في مظاهرات احتفالا بمثلها "الزعيم - السفير" في مثل هذه الراج أو احتجاجا على إقصائه ؟ وهى التى أعلنت حالات الاستنفار القصوى أمام مظاهرة تنديد باحتلال العراق ؟

ألم يستعض للمشاهد عبر هذه الراج عن الانتعابات السياسية في بلده ومصادرة رأيه ، فأنجه نحو انتعابات أسبوعية أقنعه القائمون عليها بأنها حرة، ووفروا - وإن في الظاهر - له كل الضمانات للاقتناع بأنها بالفعل حرة . ؟

ألم تمنح هذه الراج الفرصة للدفاع عن الوطن في زمن أصبح الوطن فيه جريمة ؟

ألم تقم هذه الراج الدليل على الفقر الثقافي الذى يعيشه الشباب العربى بل الشعب العربى ؟

ألم تشكل الأرقام الدالة على الإقبال على مثل هذه الراج دليلا قاطعا على قطع أواصر الثقة بين المشاهد العربى وكل المؤسسات المهيطة به ، بل وبينه وبين كبرى قضايا وطنه العربى ؟

ولم يتعد تليفزيون الواقع عما حددته الأسباب العلمية لعناصر الشد والإغراء والنجاح في علاقة كسل وسيلة بمستهلكيها ، وعلاقة للمستهلكين بالوسيلة . "فوسيلة الإعلام تعد نشاطا إنسانيا مختلفا ، تنظم الواقع في إطار نصوص واضحة من أجل تحقيق الحركة" ... ويتبين لنا من خلال هذا التعريف المختلف نوعا ما عما سبقه من تعريفات أن عناصر جديدة عرفت طريقها إلى وسائل الإعلام ، وهى :

### النشاط الإنسانى :

الذى يعطى أهمية للبعد الإنسانى مقارنة بالبعد التقنى ...

### النشاط :

ويحيل إلى المسار التقنى الذى تنتهجه وسيلة الإعلام من خلال ما تقدمه من برامج ، وهو يفوق في أهميته المتتوج في حد ذاته .

### الحركة :

ومعناها : المدى الذى يصل إليه المنتج الإعلامى أو متناه ...

### تنظيم الواقع في نصوص :

أى تقديم سيناريوهات متعددة للواقع وتقديمه من خلالها .

## الوضوح :

ويمكن أن نحملنا إلى الشفافية ، وما توافره من إمكانيات مساعلة ...

فهل يحق لنا بعد هذا أن نتساءل عن سبب الإقبال الذي تعرفه هذه النوعية من البرامج التي استنقت أهميتها ، وبماحها من توظيف ذكي لأدبيات الاتصال والإعلام ، وما أثبتته من شروط الاختراق الذكي لحياة المشاهد ؟ وهو ما يتفق وتصريح للمخرج برنامج "نبيل الأسمر" بلريدة الحياة بتاريخ ١٧ . ٤ . ٢٠٠٤ حين قال : "بعد هذه التجربة لا يخطر في بالي إلا العمل في برامج الواقع . فالعمل كان مميزا من ناحية السيناريو . والقصة تكتب نفسها بنفسها ، كما أننا عملنا على إنتاج دراما حقيقية" . وكذلك أقرت مخرجة برنامج : ستار أكاديمي ، "فيفيان زكور" في العدد نفسه بأن "الحدث هو الذي يتحكم في المخرج وليس العكس ... الحدث الذي يعطينا إياه المشتركون بطريقة عفوية وسريعة" ...

تؤكد وسائل الإعلام - وأكثر من أي وقت مضى - دورها ، بل أحقيتها في لعب دور في المجتمع وهي بالتالي تؤثر فيه وفي تشكيل طبيعة العلاقات بين مختلف الفئات الاجتماعية . واستمدت وسائل الإعلام هذه الأحقية مما تسخره من إمكانيات لبلوغها أهدافا معينة ومما خلفته المؤسسات الأخرى بما فيها الأسرة من فراغ حدا بالشباب بالخصوص إلى محاولة البحث عن مخرج ، وإن بصفة مؤقتة ، يمكنه من الإفلات ، وإن لحين ، من حالة عدم الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي الذي يطبع واقعنا العربي .

وبما أن المواطن العربي - ككل - فقد الأمل في فسحة تغيير حقيقة في حياته ، فمن الطبيعي أن نجده يقبل على أية بضاعة مستوردة ، خاصة إذا ما تأكد من فساد بضاعته المحلية أو انتهاء صلاحيتها ... وقدمت له الأولى في شكل يلعب القائلون عليه على ساحة الفراغ التي يعيشها وحواسه المقيدة ورغباته المكبوتة . فالتلفزيون صار يقترح بقوة بدائله المشوقة - الأسرة - المفجرة للرغبات والأحاسيس ، المشبعة والموضوعة لشئ أنواع الرغبات المحاصرة بالثالث المهرم . وتلفزيون الواقع حسب الكاتب الفرنسي "فيليب موريه" ليس الواقع الذي يدخل التلفزيون ، بل هو التلفزيون الذي يمحو الواقع ويتلعه .

إن تعامل المشاهد العربي مع "تلفزيون الواقع" وتفاعله معه أقام الدليل على واقع انصهر في برنامجه معين فنعكس إحباطات المشاهد في طريقة تفاعله معه . فمن مظاهرات تندد بإقصاء طالب ، وتحدثت عن "مؤامرة" حكمت وفقا للمعادلات السياسية إلى أخرى يعلن فيها النصر وترفع فيها



الأعلام ابتهاجًا بقرار ، خالوا أنفسهم أنهم شاركوا في صنعه في إطار سمع لهم بمتابعة آلية الديمقراطية المنتهجة لأجل تحقيقه ومراتبها ...

إن الكلمات المفاتيح تميل إلى واقع مغاير تماما عارج "تلفزيون الواقع" ويفتقر إلى حد الآن إلى آفاق تغيير واعية وحقيقية ... فنجاح تلفزيون الواقع في مجتمعا العربي "على الرغم من كل المضغوط التي تفرضها التقاليد والحميمية المزيفة التي تعرض على الشاشة ، ليس لأنه ظاهرة جديدة فحسب ، وإنما لأننا نفتقر إلى واقع جميل فنحتاج إلى لمسات إضافية على الواقع ولأن غيلتنا متعبة منذ زمن ، ولحناج للمسة إضافية على الخيال ..."

إن الربط بين إقبال المراهقين في المنطقة العربية على مثل هذه النوعية من البرامج وما توصل إليه تقرير "الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق" يعد من الأهمية بمكان في قراءة الواقع الحالي واستشراف المستقبل . ورصد التقرير ، انطلاقا من شهادات مراهقات ومراهقين ، مواقفهم وآرائهم وتطلعاتهم في خصوص مسائل ومؤسسات تساهم بشكل كبير في تشكيل هويتهم وشخصيتهم ... فبين أن :

"بناء شخصية متفردة ومبادرة تتمتع بمأمن من الوعي المتسق والاستقلالية الذاتية لا يحتر هذنا تربويا في تعامل المجتمع مع المراهقات والمراهقين وتطوير نسق العلاقات داخل الأسرة والمدرسة وهما كسلها ... فالظروف الرائنة المحيطة بالمراهقات والمراهقين غير مساعدا عموما على تبلور المشروع الفردي المستقل ذاتيا لديهم" .

"وجاء تلفزيون الواقع لسد هذه الفجوة ، فراح يدفع بمجموعة من الشباب والشابات في معظم مواجهة هدفها اكتشاف الطباقات والحواس والوعي الكامن بضرورة الصبر الفردية لكل مشترك ... كما ألما حققت - في وجه من وجوها - استقلالية الفرد وسلطت ضوفا ساطعا ، بلذا بمنهجها على هذا الجانب الحيوي . فرأى كل شاب عربي صورته وصوت أعماقه يتجسد على الشاشة" .

كما تبين من التقرير أيضا أنه على الرغم من تمسك المراهقين بالأسرة والأهمية التي تمثلها بالنسبة إليهم، إلا أنهم أكدوا:

- ضعف الحوار والمبالغة في السلطوية المستمدة من الموقع الأبوي داخلها .
- ضعف اتصال الأهل مع أصلياء أبنائهم ونقص في متابعة حياتهم الدراسية ، مما يعزز مساحة التفاعل مع مصادر أخرى للمعرفة وللحوار والترفيه ، وعلى رأسها التلفزيون ؛ إذ تبين من خلال التقرير احتلال هذا الأخير لمساحة مهمة في حياة المراهقات والمراهقين ، وما يوفره من فرص لتحقيق الذات .

## أوراق العمل

كما يرى المراهقون في المدرسة معبرا إجباريا ومملا إلى مجال العمل والحياة العامة فهي :

- غير جذابة ولكنها ضرورية لتحقيق للمستقبل .
  - النظام فيها صارم وبأن الأستاذ أصبح فيها موظفا لا يولي اهتماما لعمله ولا يصفى لتلاميذه .
  - الاعتصامات والمواد فيها تخضع إلى التراتبية .
- واعترض المراهقون من خلال التقرير على أسلوب التلقين المنتهج داخل المدرسة وانعزلها عن الحياة ...

"فالإقبال المنقطع النظر على برامج كهذه يؤدي إلى إنفلاس المحتوى التربوي والثقافي العربي الموجه إليهم ... فالعقل التربوي العربي بقي مكانه ، فلا هو يقوى على مقاربة ما يجري في العالم ... ولا على تحطيم انحراف الكره الذي يهيمن بوضعي للتأخر والبرامج " ، ولا هو قادر على خلق مساحات للتفكير والخلق والإبداع وبناء ذات متفردة .

إن الارتباط الملفت بين ما توصلت إليه الدراسات ومعالجة النقاد والإقبال المنقطع النظر على هذه النوعية من البرامج يبين بصفة واضحة وجلية أن "اللعبة كلها موجهة إلى هذا الجمهور ... إن هذا الجمهور هو الحلقة الأساسي هنا ؛ لأنه هو الممول الحقيقي . فإذا كان عارفا سلفا بكل هذه الحقائق المحيطة باللعبة كلها ، سيكون قد مول بلاء إرادته ساعتين أو ثلاث ساعات يومية أو أسبوعية من اللعب للتواطي .. أما إذا غفل عن هذا كله ، فسيكون هو الضحية المخدوعة بامتياز " .

### هل من بديل ؟

قبل أن نطرق إلى أحد البدائل الأكثر انتشارا اليوم في العالم والذي لم يعرف بعد طريقه إلى المنطقة العربية وهو "التربية على وسائل الإعلام" ، لا بد من الإشارة إلى تجربتين لا يمكن ألا تستوقفا كل محاولة لدراسة "تليفزيون الواقع" . الأولى تتمثل فيما أقدمت عليه شبكة "آي تي في" البريطانية الخاصة من توظيف تليفزيون الواقع لرصد النائب المثالي في بريطانيا يطرح ترشيحه للانتخابات التشريعية المقرر إجراؤها سنة ٢٠٠٦ . ويهدف البرنامج وعنوانه "صوتوا من أجلي" إلى تشجيع المشاهدين على الاهتمام بالشأن السياسي . ويقوم بذلك المشاهدون باختيار مرشح مثالي لا للثناء أو الرقص بل ليكون عضوا في مجلس العموم . وعلى المرشح أن يختار بعد ذلك قدراته ميدانيا في إطار انتخابات حقيقية .

وتتمثل التجربة الثانية فيما قام به نجوم loftstory بإحيائهم حفلا لفائدة جمعية تعنى بالأطفال المرضى "الأمرء الصغار" .

وعلى الرغم من إمكانات التوظيف التي يوفرها "تليغزيون الواقع" والتي يمكن أن تعدل وبشكل كبير المواقف والسلوكيات ، وتحد من وقع "الصلدمات" إن على المشارك أو المشاهد ، فلها تنحصر في إطار محاولات يمكن أن تعرف طريقها إلى الفضل على خلفية عدم توافر عناصر الجذب فيها ... لذلك بات لزاما التفكير في آلية تمكن المشاهد نفسه من غربة ما يوجه إليه من مواد وما يطرح عليه من عخطابات وأفكار وما يقدم إليه من متوج . وهذا ما توافره "التربية على وسائل الإعلام ..."

إن التربية على التعامل مع وسائل الإعلام "حقل ناشئ متعلق بالعمليات المرتبطة بمعرفة وسائل الإعلام في البث والتحليل النقدي لخطابها وشكلها ، وبنيات الرسائل الإعلامية وفهم السياق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الذي تبنى من خلاله هذه الرسائل ، وتقييم تأثير وسائل الإعلام في الفرد والمجتمع" .

إن الاهتمام بمجال التعامل مع وسائل الإعلام ، قطع أشواطاً في المجتمعات الغربية ، فرضته التحولات الكبرى التي شهدتها الحقل الإعلامي في العقود الأخيرة ، والتدفق الذي عرفته المضامين والخطابات عبرها ... وبقدر ما توافرت للمشاهد قنوات عديدة ومتنوعة ، بقدر ما زادت هذه القنوات في ضبابية المشهد الإعلامي وصعوبة حصر أو التعرف إلى القائمين عليه . لذلك اتجهت المحاولات نحو "المستهلك" لتسليحه بمهارات ومعارف تخول له التحول من "مستهلك سلبي" إلى "مستهلك فاعل" قادر على "فهم الوضعية التي يوجد فيها عند تعرضه إلى خطاب إعلامي" ... وهو ما يقوى لديه الاهتمام بوضعه كمستهلك لمادة إعلامية ، فيتعرف أساليب التعامل مع لغة جديدة متمثلة في الصورة ، واستخدامها مع الأصوات في الفهم والتحليل والنقد . كما تساعد التربية على التعامل مع وسائل الإعلام على تعرف القوالب النمطية وتجاوز الأحكام المسبقة التي يفرضها الخطاب الإعلامي لأغراض معينة . وتنتج التربية على التعامل مع وسائل الإعلام مشاهداً فاعلاً تواقاً إلى الاكتشاف والنقد وتنمية المهارات والمعارف ...

" وبشكل عام ، فإن التربية على وسائل الإعلام تطوّر مهارات مرتبطة بفهم سيورات الإنتاج في وسائل الإعلام والتأثير الذي يمارسه . إنما تسعى إلى تعليم المهارات المطلوبة لاستخدام وتقييم وسائل الإعلام ، وتبليغ المعلومات في أشكال متنوعة من الرموز واللغة السمعية - البصرية" .

ويعتبر مجال التربية على التعامل مع وسائل الإعلام من الرءاء، يمكن ، إذ يوفر معارف عديدة بمقاربات عديدة ومتنوعة تشمل المقاربة الجمالية والسوسولوجية والمقاربة الأخلاقية والسوسيوسياسية.

والسوسيو تاريخية والاقتصادية ، والممارسات المعرفية للمتلقي في استخدام وسائل الإعلام ... وهي مقاربات تمكن من تحليل متعدد الأبعاد لمضمون الرسالة الإعلامية . فيفكك المتلقي الأطر المحددة للمنتوج المقدم له والتقنيات المستخدمة لإيصاله إليه بأكثر أثر ممكن، ووظيفة كل عنصر من عناصر الإنتاج والمنتج والمصالح التي يتم الدفاع عنها من خلالها . وتذهب التربية على التعامل مع وسائل الإعلام إلى أبعد من ذلك ، في اهتمامها بتاريخ تكنولوجيا الإعلام والاتصال الثقافي والاجتماعي على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية ، إضافة إلى دورها الاقتصادي .

ولسن انطلق الاهتمام بالتربية على وسائل الإعلام في الغرب في السنوات الخمسين ، وعملت جل الدول على إدماجها في التعليم ، إلا أن البلدان العربية لم تتجاوز المستوى الأول في التعامل مع وسائل الإعلام ، والمتمثل في "التربية بواسطة وسائل الإعلام" . كما أننا لا نزال في مرحلة "تبادل فيها رجال التربية ورجال الإعلام التهم ، ولا يزال مفهوم التربية على التعامل مع وسائل الإعلام مفهوما غائبا ومغيبا ، ولا يبدو أن المسألة تشكل حاجسا أو انشغالا سواء داخل الأطر الأكاديمية أم خارجها" .

وعزا الأستاذ الجامعي "عبد الوهاب بوخنفرة" من جامعة الجزائر انعدام الاهتمام هذا إلى ما جاء في بداية هذا المقال من وصف للمشهد الإعلامي ، وما ورد فيه أيضا من إفلاس المسؤولية التربوية وابتعادها عن حاجات التلميذ وتطلعاته ... غير أن المسألة المهمة حسب الباحث "لا تكمن في التركيز على مخططات وسائل الإعلام والتلفزيون ، وإنما في التركيز على التفكير في إيجاد سبل لتمكين الأفراد والأطفال على الخصوص من امتلاك القدرات والمؤهلات التي تجعلهم قادرين على تجنب هذه التأثيرات السلبية المحتملة" . فنحن "نعيش اليوم أكثر فأكثر مع الصور ، لكن الديناميكية الثقافية التي تولدها في ثقافتنا تبقى مع ذلك غير عاضدة للتفكير ، وفي غالب الأحيان قليلة التحليل" ، غير أن مراعيتنا يعيشون ثقافة مهيمن عليها الصورة . صورة لم تحظ لدينا بالقدر الكافي من التحليل ، لنضيف إليهم عنصرنا أساسيا في تشكيل ثقافتهم وهويتهم لم يختاره المجتمع ولا مؤسسات الدولة القائمة عليهم ، ولا حتى المؤسسات التي ينتمون إليها بما فيها الأسرة ... ونحن اعتمدنا تعريف الأستاذ عبد الوهاب بوخنفرة : إن التربية على التعامل مع الصورة تصبح رهانا ثقافيا ورهانا مواطنة" ، بمسى العمل على التعامل مع وسائل الإعلام من الأهمية بمكان وعلى مستويات :

## أوراق العمل

- ◆ تشجيع البحث في مجال الإعلام ، وعلاقات الإنتاج داخل المؤسسات الإعلامية ...
- ◆ رصد القائمين على مجال الإعلام والمستثمرين فيه .
- ◆ تحليل المضامين الإعلامية واستخراج الصور النمطية التي تعمل على نشرها ...
- ◆ دعوة الإعلاميين إلى معالجة أعمق "لظواهر الإعلامية" أو "الصيحات الإعلامية" .
- ◆ رصد المخترقين لوسائل الإعلام من أصحاب رؤوس الأموال والحركات الدينية والأيديولوجية .
- ◆ العمل على إرساء برنامج التربية على التعامل مع وسائل الإعلام في برامج مؤسسات المجتمع المدني .
- ◆ إعداد أدلة تدريبية عربية في مجال التعامل مع وسائل الإعلام من طرف الخبراء ومؤسسات المجتمع المدني ، والعمل على جعل المؤسسات المعنية تتحملها في برامجها الموجهة للمراهقين والأطفال .
- ◆ إجراء دراسات وبحوث حول موقف وآراء المراهقين في وسائل الإعلام وتطلعاتهم وحاجاتهم منها .

### معطيات وأرقام خريبية

- ◆ انطلق "تلفزيون الواقع" هولندا سنة ١٩٩٩ بعرض "قناة فيرونكا" لبرنامج "الوفت ستوري" .
- ◆ تابع برنامج "ستار أكاديمي" في فرنسا ١٢ مليون مشاهد ، وتابع أول حلقة منه ٥,٤ مليون مشاهد .
- ◆ تابع ٥,٢ مليون مشاهد في فرنسا برنامج "الوفت ستوري" في أول حلقة منه أي ما يعادل ٢٦ بالمائة من المشاهدين . وبلغت نسبة المشاهدين في صفوف الفئة أقل من ٣٥ سنة ٤٥ بالمائة وصلت إلى أكثر من ٥٠ بالمائة بالنسبة إلى الحلقة الثانية من البرنامج . كما سجل موقع البرنامج على الإنترنت ٢٠٠ ألف زيارة في اليوم .
- ◆ بلغ عدد مشاهدي "بوب ليدولز" البريطاني خلال أربعة أشهر ١٤ مليون مشاهد ، ٦٧ بالمائة منهم تتراوح أعمارهم بين ١٦ و ٣٤ سنة .

المصدر : [www.actustar.com/actualité](http://www.actustar.com/actualité) .

و . [www.freerepublic.com/focus/f-news](http://www.freerepublic.com/focus/f-news) .

### معطيات وأرقام عربية

- ♦ ٤ ملايين دولار أمريكي خصصت لإنشاج برنامج "ستار أكاديمي"، الذي استمر لمدة ٤ أشهر .
- ♦ بلغ عدد الاتصالات التي تلقاها برنامج ستار أكاديمي في حلقاته الأخيرة :

- ٢٣ مليون و ١٧٥ ألف اتصال من مصر .
- ١٨ مليون و ٥٣٦ ألف اتصال من لبنان .
- ١٦ مليون و ٢٣ ألف اتصال من سوريا .
- ١١ ملايين و ٣٠٠ ألف اتصال من السعودية .
- ٨ ملايين و ٧٨ ألف اتصال من الأردن .
- ٤ ملايين اتصال من الكويت .
- مليونان و ٢٢٠ ألف اتصال من الإمارات .
- ٧ آلاف اتصال من اليمن .

- ♦ ناهزت مشاركات المصوتين ١٠٠ مليون متصل عربي عن طريق الرسائل القصيرة "آس أم آس" .

المصدر : [www.net.arabtop](http://www.net.arabtop).

[www.saaaid.net](http://www.saaaid.net).

جريدة الحياة بتاريخ ١٤-٠٣-٢٠٠٤ [www.daralhayat.net/actions](http://www.daralhayat.net/actions) (مقال لموسى

برهومة بعنوان : الإصفاء إلى نداء الجسد والحواس) .

مجلة الملاحظ عدد ٥٧٥ بتاريخ ٢١-٠٤-٢٠٠٤ .

### المشهد الإعلامي العربي : تليفزيون سنة ٢٠٠٣

- ◆ شهدت سنة ٢٠٠٣ مولد ١٠ قنوات معظمها متخصص .
- ◆ شركة الشرق الأوسط للأخبار بعثت قناة "إم بي سي ٢" للأفلام والبرامج الأجنبية .
- ◆ قناة العربية الإعلامية تنطلق في البث لتقدم نشرات إخبارية وبرامج وثائقية وتحليلية على مدار الساعة .
- ◆ "الحياة/إل بي سي" أطلقت في إطار التعاون بين الإعلام المكتوب والإعلام المرئي .
- ◆ قناة "ميلودي هيتلز" المصرية تطلق قناة "ميلودي أرابيا" المخصصة حصراً للأغاني العربية .
- ◆ قناة "زين" الشبانية تحول إلى قناة موسيقية .
- ◆ المؤسسة اللبنانية للإرسال تقدم قناة "نغم" للموسيقى .
- ◆ شبكة "أوربيت" تبث ثلاث قنوات : (١) "فن" (فنية) (٢) "اليوم" (اجتماعية) (٣) "الصفوة" (دينية) .
- ◆ "أي تى تى" ترى النور للاهتمام بالبرامج الترفيهية .
- ◆ "مى" وتعنى بقضايا المرأة .
- ◆ "روتانا" و"مزيكا" للموسيقى .

المصادر : موسى ، جورج : تحولات المشهد الفضائي العربي و بروز وجوه جديدة ، جريدة الحياة ل ٣٠-١٢

٢٠٠٣-١٢ .

## الهوامش

- (١) عبد الرحمن ، عواطف : الإعلام العربي وقضايا العولمة ، المرى للنشر والتوزيع - القاهرة ، ١٩٩٩ .
- (٢) غريب ، آدمون ومنصور خالد : الإعلام العربي على مشارف القرن الواحد والعشرين : بين مطرقة العولمة وسندان الدولة . الإعلام والاتصال في مجتمعاتنا ، باحثات-بيروت ، الكتاب السادس ، ٢٠٠٠ ، ١٩٩٩ .
- (٣) عبد الحميد ، ليلى : العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون : دراسة تحليلية للدراسات والبحوث الميدانية التي أجريت على الطفل العربي من سنة ١٩٦٠ إلى سنة ٢٠٠٠ ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣
- (٤) تقرير تسمية المرأة العربية الثاني حول الفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث-كوثر- ، تونس ، ٢٠٠٣ .
- (٥) مولى أمان استادا إلى دراسة المنظمة العربية للتنمية الإدارية ٢٠٠٤
- (٦) صلي ، نبيل : الثورة العربية وعصر المعلومات ورؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي ، عالم المعرفة - الكويت . ٢٠٠١
- (٧) في ٧ كانون الثاني (يناير) من سنة ٢٠٠٤ ، باشرت سلطات تنظيم عمل وسائل الإعلام البريطانية "أركوم" التحقيق حول برنامج جديد من "تلفزيون الواقع" بعد تلقي شكاوى من المشاهدين . يقوم البرنامج على فكرة وضع المشاركين أمام تحدى الصمود أسبوعا كاملا بدون نوم ....
- (٨) راجع بيبلوغرافيا المراهقة العربية في سبع دول عربية ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" ٢٠٠١
- (٩) للفتاة العربية المراهقة : الواقع والآفاق ، مصدر سابق .
- (١٠) شرابي ، هشام ، النظام الأبوي وإشكالية تخلف المجتمع العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت . الطبعة الثانية . ١٩٩٣
- (١١) الفتاة العربية المراهقة : مصدر سابق .
- (١٢) الفتاة العربية المراهقة : مصدر سابق .
- (١٣) عبد الحميد ، ليلى : العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون : مصدر سابق .
- (١٤) عبد الحميد ، ليلى : العلاقة بين الأطفال العرب والتلفزيون : مصدر سابق .
- (15) Ramonet, Ignacio, Propagandes silencieuses, asses, télévision, cinéma.ed. Galilée. Paris 2000
- (١٦) بن الشيخ ، عبد القادر : سياسة المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية العربية وتجلياتها في الممارسة البرامجة . سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣



- (١٧) بن الشيخ ، عبد القادر . مصدر سابق
- (18) Tregoret, René, La pyramide des pouvoirs et les réseaux de savoir. Rapport au parlement français publié le 8 Avril 1998.
- (١٩) عراي ، سهى : البعد الإبداعى والجمالى فى الكتابة إلى الأطفال ، جمالية الإخراج مثلا سلسلة بحوث ودراسات إنشائية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣
- (٢٠) ملامح الإستراتيجية الإعلامية العربية سلسلة بحوث ودراسات إنشائية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣
- (٢١) مكانة الطفل فى الإستراتيجية الإعلامية العربية سلسلة بحوث ودراسات إنشائية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣
- (٢٢) الجابرس ، زكى : الطفل ولغة البرامج التليفزيونية . سلسلة بحوث ودراسات إنشائية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣
- (23) Anderson, J. A Examen critique de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur face au médias, Media Education. Rencontre de la recherche et de l'éducation, Actes du Symposium de juin 1988, Lausanne, 11-18.1988.
- (٢٤) الأزهرى ، ندى البقاء للأقوى ... لكن أين ينتهى التليفزيون فهذا الواقع ؟ الحياة . ٢١-٢٠٠٤-٢٠٠٤
- (٢٥) موسى ، جورج : مجتمع مراقب يبحث عن نفسه فى مرآة المستقبل . الحياة . ٢١-٢٠٠٤-٢٠٠٤
- (٢٦) الفتاة العربية المراقبة : مصدر سابق
- (٢٧) موسى ، جورج : مجتمع مراقب يبحث عن نفسه فى مرآة المستقبل . الحياة . ٢١-٢٠٠٤-٢٠٠٤
- (٢٨) برهومة ، موسى : الإصغاء إلى نداء الجسد والحواس . الحياة ١٤-٢٠٠٤-٢٠٠٤
- (٢٩) العريس ، إبراهيم . تليفزيون الواقع والواقع .... الحياة ٢٦-٢٠٠٤-٢٠٠٤
- (٣٠) الحياة ، نقلا عن وكالة فرانس برس . ٢٩-٢٠٠٤-٢٠٠٤
- (٣١) [www.actustat.com](http://www.actustat.com)
- (٣٢) بوغسونة ، عبد الوهاب تربية الطفل العربى على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية المرئية أى دور للمدرسة والأسرة . سلسلة بحوث ودراسات إنشائية عدد ٥٠ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ٢٠٠٣
- (33) De Smedt, Thierry. Evaluer l'éducation aux médias. Actes des premières rencontres inter IUFM les 23,24 et 25 Mars 2000.
- (34) Considine, D, An introduction to Media Literacy, The What, Why and How...telemidium special supplement, the journal of media literacy, national telemidia council, 41, n°2, Madison.95

#### أوراق العمل

(٣٥) دخلت التربية على التعامل مع وسائل الإعلام الوسط التربوي بين السنوات ٥٠ و ٨٠ في بلدان مثل بريطانيا والنرويج وأستراليا وفنلندا ... وجعلتها مقاطعة أتناويو بكلها إجبارية في برامج التعليم ... أما في البلدان العربية ، فلا زلنا في طور التربية بواسطة وسائل الإعلام كتكملة لأساليب التعليم التقليدية ، وعادة ما يتم الخلط بين المفهومين .

(٣٦) بوحنوفة ، عبد الوهاب : مصدر سابق

(37) Hammami, Sadok élément d'une médiologie arabe de l'image, les cahiers de médiologie. hammami/htm  
www.mediologie.com/media/tm/1

## علاقة الفضائيات العربية بالصحافة المصرية

« عالم جديد »

مصطفى عبد الله

**تشهد** الساحة الإعلامية العربية نقلة نوعية جديدة في الكم والكيف ، كان لنا على أثرها لقاء مع ساحة مغامرة ، تضح لنا كل ساعة ما يفوق طاقة الاستقبال لدى الجماهير العربية ، التي لم تكف هذه القنوات الفضائيات العربية ، بل أضافتها إلى قائمة فضائيات أخرى ، من أقمار غربية ومستغربة ، باتت تزامم حياتنا اليوم بتأثيرها .

ولعل الناظر إلى دعولنا عصر الفضائيات يظن أننا تركنا - إلى الأبد - عصور وسائل الإعلام الأخرى ، والتي تبدأ بالكتاب ، وتمر بالصحيفة والمجلة والإذاعة ولا تنتهي إلا عند حدود الإنترنت . ولكن بعض الظن إنما فالحقيقة أن الفضائيات العربية كانت حريصة أشد الحرص على أن تربط بين حضورها الفضائي وحضورها الورقي .

ولعل سبب هذا الظن ما يرد من إحصاءات عن حجم المشاهدة للقنوات الفضائية والمتابعة اليومية لها ، وتشير إحداها إلى أن ٦٩% من الجمهور العربي يشاهدون الفضائيات لمدة ٤ ساعات يومياً ، و٣١% منهم يشاهدونها لمدة ٣ ساعات يومياً ، في حين بلغت نسبة الذين يقتنون أطباق بث فضائية ١٢% وهى أرقام إلى ازدياد ، في ظل وجود أكثر من ١٤٠ قناة عربية وإسلامية ، يتبع ٤٠% منها للحكومات ، في حين تشكل البقية شركات وجماعات ، يضاف إليها جديد في فترات متقاربة .

ولا يفترض أن يكون هذا الكم مثاليًا من ناحية الكيف ، ومن هنا ، ظهرت الحاجة إلى مساواة ، وقراءة للمحتوى ، دون أن نصل إلى الحد الذى وصل إليه البعض من تحريم (شرعي) لمشاهدة بعض هذه القنوات على سبيل المثال ، بدعوى أنها تسهل هيمنة سياسة غربية على النواحي الدينية والسياسية والاجتماعية في العالم العربي . ومن هنا ، يجب أن نحدد الفضائية العربية التي نتناولها في الحديث هنا ،

(\*) رئيس القسم الأدبي ، جريدة الأخبار ، القاهرة .

بأنها المملوكة لرأس مال عربي ، وليست قناة توجهها مصالح مضادة للعالم العربي ، كما في حال الفضائية العربية الإسرائيلية على سبيل المثال.

وقد أصبحت القنوات الفضائية العربية قوة إعلامية لا يستهان بها في تشكيل الرأي العام ، ولها الفضل في تصعيد في وجهات النظر حول الأحداث الجارية ، وتفسيرها ، مما يؤسس لاتجاهات الأفكار السياسية والاجتماعية والثقافية وحتى الأيديولوجية لدرجة أن أصبح عديد من أصحاب القرار الدولي يثقون بقدرتها المسيطرة على عقول الجماهير.

ولعل النقلة التقنية التي سمحت بتطور تكنولوجيا البث بالأقمار الصناعية خلال سنوات الثمانينيات وصلت إلى حدّها الأكبر في حقبة التسعينيات بالعالم العربي بشكل ملموس ، وأحرزت الفضائيات العربية نجاحاً على صعيد الانفتاح على الآخر وكسر الحواجز ، وإضافة قنوات تواصل عربية ، وزيادة مساحة الحرية والحوار الداعلي والمخارجي ، والمشاركة في تيار الشفافية بنقل وقائع على الهواء ، ودعم تيار الديمقراطية بتيسير الحوار حول مختلف القضايا ، دون وجود خطوط حمراء في أغلب الأحيان.

وإذا أضفنا كل ما سبق إلى عانة الإيجابيات ، وجب علينا أن نتوقف للنظر في النقد المباشر لهذه القنوات الفضائية العربية ، فهي ، مع استثناء القنوات الإخبارية ، لم تقدم جديداً يتماثل مع الطموح المأمول ، وتوقفت عند برامج ذات نوعية شعبية متفولة تستقطب حوها الجمهور العربي بشكل مثير ، وخاصة تلك التي تنتهك حريات الآخرين ، سواء بإفشاء أسرارهم ، أو بإثارة قضايا حساسة في الحوار معهم ، أو بنقل صورا حية لوقائع حياتهم ، تحت مسميات كثيرة ، وهي برامج تنتهك خصوصية المشاهد في الوقت نفسه.

ولنا أن نعرف مدى التغلغل إذا عرفنا أنه في مسح أجرى مؤخراً في ١٠ بلدان عربية تبين أن نسبة البيوت التي يمتلك أصحابها صحنواً لا تقطع ترواوت بين (٣٨ إلى ٤٠%) خلال سنة ١٩٩٩م وارتفعت هذه النسبة إلى أكثر من (٥٠%) خلال الفترة التي تلت ذلك. واليوم ، لنا أن نتحدث عن الانفجار التلفزيوني الفضائي في كل بيت مصري ، نموذجاً للبيوت العربية ، بعد أن أصبحت هذه التقنية متاحة بالتقسيط المريح حتى لبيوت الصفيح. وفي غياب الشاشة المحلية حينا ، وابتعادها عن المستوى حينا ، أو تماثلها على تقليد الفضائيات أحيانا أخرى ... مع ذلك كله ، يمكن أن نقول : إن سطوة القنوات الفضائية العربية قد سيطرت ، حتى بتنا نستخدم أخبارنا من الجزيرة ، ونشاهد أفلاما مترجمة على إم بي سي ٢ ، ونسهر مع الصراعات اللبنانية المقلدة بين « سوبر ستار » و « ستار أكاديمي » ، ولا نتوقف الأذن والعين عن متابعة الأغاني في القنوات المتشابهة بسبب تكرار محتواها .

وقد أردت من خلال هذه السطور ، أن أصل إلى نتيجة مفادها : الإقرار بتحول القنوات الفضائية العربية إلى واقع يومي معاش ، داخل كل بيت مصرى ، بل إن هؤلاء الذين لا يمتلكونها يروحون في المقاهى لدى إذاعة بعض البرامج الحية ، أو البرامج والمباريات المشفرة ، مما يصل بنا إلى مجتمع للقنوات الفضائية العربية بامتياز. وبانت مادة الحديث اليومية في كل لقاء أسرى أو في غيط العمل تتطرق بشكل اعتيادى إلى مادة أو أكثر في القنوات الفضائية العربية.

### الفضائيات العربية في الصحافة المصرية

ويمكن تمثيل حضور الفضائيات العربية في الصحافة المصرية بأكثر من وجه ، لنا أن نسردها في النقاط التالية :

#### الإعلان المباشر عن البرامج :

إذا كان الإعلان التلفزيوني يحتل مساحات كبيرة من ساعات البث في القنوات الفضائية العربية ، فإن ذلك مدعوم بطوره ، حتى بات الإعلان بمثابة فيلم سينمائي تسهيلى قصير ، تكتمل لديه عناصر السيناريو واللقطات التصويرية ، وطريقة الأداء ، والقباس الأغاني الشهيرة وتحويرها ، حتى أصبح يمثل بعداً من أبعاد ثقافات المجتمعات العربية للموسسة والمؤثرة.

ولسنا نناقش هنا تأثير الإعلانات السلبي ، بل لنا أن نتحدث عن عدم وجود ما يكفى من نقد لهذه الإعلانات في الصحافة المصرية ، وهى التى تؤثر سلباً - اجتماعياً واقتصادياً - على الحياة الأسرية في مصر ، التى تركزها الفضائيات كمجتمع استهلاكى من الطراز الأول ، فهناك إعلانات عن أكثر من ٥٠ صنفاً من الشاي ، وأكثر من ٣٠ صنفاً من المنظفات الصناعية والصابون. ويضاف إلى هذه المواد الاستهلاكية مواد أثرية أخرى ، وأقصد بها بيع النغمات والرنات والمقاطع الموسيقية ، عبر الاتصال الهاتفى المكلف لميزانية الأسر بدخولها المحدودة مهما ارتفعت.

كما يمكن لنا أن نتحدث عن الظاهرة الرمضانية ، حيث يأتى الشهر الكريم بعلاقة توأمة بين الصحافة في كل أبوابها ، والقنوات الفضائية العربية بكافة برامجها. ويأتى الإعلان مجاناً لدى التنويه عن البرامج الإعلامية والإعلانية ، ويدعم من الشركات التى تعلن أو القائمين على الفضائيات.

من هنا يمكن أن نقول بشبهة التواطؤ القائمة بين الفضائيات والصحافة ، لأن كليهما خاضع لسلطة المعلن ، الذى يوظف الوسائط الإعلامية لصالحه ، ولذلك أعتقد أنه في هذا الجانب ، لم توجد

الصحافة دورها ، بسبب عدم استقلالها المادي ، من ناحية ، أو عدم وجود نقد متخصص للمحتوى الإعلاني في القنوات الفضائية العربية من ناحية أخرى.

• استخدام صحفيين ضيوفاً أو كتابا لدعم برامجها في الإعداد والتقديم :

و حين نأتى لحضور الفضائيات العربية في الصحافة المصرية ، ذلك الحضور شبه الرسمي ، الذى يعنى باستقدام الصحفيين ضيوفاً أو كتابا لدعم برامجها في الإعداد والتقديم ، يمكن أن نشير إلى ملامح العلاقة (التفعية) المتبادلة بين الطرفين. ولعلنى لا أقصد إلى تسمية (التفعية) جانباً سلبياً ؛ بل إن هذه العلاقة المتبادلة تمثل - في أغلب الأحيان - أكثر من جانب إيجابى .

فالمساحة الواسعة للثبث التلفزيونى للقنوات الفضائية العربية تؤسس فراغاً لا بد من أن يُملأ. وإذا تركنا هذا الفراغ لتملاء النوايا الحسنة فحسب ، وجدنا برامج هشة ، ومادة جوفاء ، وثقافة مضللة. ولذلك أعتقد أن العلاقة هذه يجب دعمها في أكثر من ناحية.

وإذا كنا نتحدث عن الجانب الإيجابى في هذه النقطة ، فلا ننس أن وجود نجوم في مجالات الأدب والفن والإعلام على شاشة الفضائيات العربية يخلق نوعاً من المسؤولية الجديدة على هذه الوجوه. فالأديب الذى كنا نقرأ رواياته ، والشاعر الذى كنا نتابع دواوينه ، والممثل الذى كنا نقدر أدواره ، وغيرهم من أكاديميين ورجال قانون وسواهم ، حين يتحولون إلى مذيعين ، تجب على الصحافة أن يكون لها دور أكثر من مجرد المتابعة. فإن النماذج القدوة تتطلب نقداً أكبر ؛ لأن تمثلها من قبل المتابعين يكون أشد تأثيراً .

• إنشاء مجلات ، وملاحق إعلامية خاصة بالبرامج التى تبثها :

ومع الطفرة الكمية في عدد الفضائيات العربية ظهرت موجة جديدة من المجلات والملاحق الإعلامية الخاصة بالبرامج الفضائية ونجومها. وفي أسبوعيات كثيرة ، مثل : الأهرام العربى على سبيل المثال ، نجد في ساحة الصحافة المصرية انهماج الحدود بين ما هو مصرى وما هو غير ذلك ، فالبرامج المنشورة تغطى الفضائيات العربية الأشهر. وهو الحال نفسه في بعض الجرائد اليومية.

وفي صحيفة القاهرة الأسبوعية ، على سبيل المثال ، واستجابة من صحيفة ثقافية شبه متخصصة ، تحولت الصفحات الفنية إلى ما يشبه التفطية لبرامج الفضائيات ونجومها. وهنا يجب أن نشير إلى دور الصحافة ، عمديها ومقدميها ، في تثقيف الخريطة الفضائية - إذا صحت التسمية - لأن خطر تهميش السقافة قادم ، بل ويتوقع خبر إعلامى اختفاء البرامج الثقافية التى تشكل حالياً نسبة ١٣ في المائة من

برامج شاشات الفضائيات العربية لتحل محلها برامج منوعات غربية ، بينما لا تتجاوز حصة برامجها وتقاريرها الإخبارية نسبة ٥ في المائة فقط .

• النقد الصحفي الموجه لبرامج الفضائيات العربية :

غالباً ما يوصم النقد الصحفي بأنه سطحي ، وليس ذلك إلا لكون المتابعة اليومية لا تنهض إلى مستوى التحليل والتفسير المطلوب في النقد للمتعمق . ونحن نعرف أن ما هو مطلوب من الصحافة اليومية لا يماثل ما هو مفروض على الصحافة المتخصصة ، ولذلك ، لا نتوقع أن نقرأ في صفحات الفن زوايا عمن التشكيكين ، والممثلين ، والأفلام ، والبرامج ، والإعلانات ، والمقدمين ، وتحليل ذلك كله ، وتفسيره ، بينما لا يتجاوز ما يتاح لهذه الأبواب نصف صفحة أسبوعية ، أو صفحتين على أكثر تقدير

وإذا كنا نطالب بتقنيف الخريطة الفضائية ، فعلينا في الوقت نفسه أن نعطي الفضاء والحرز المناسب للصحافة ، لتؤدي واجبها النقدي الصحفي تجاه برامج الفضائيات العربية . إن هذه العلاقة ستظل في إطار المادة الإعلانية ، والإعلامية ، والحريرية ، على أحسن تقدير ، ما لم تمنح المساحة الكافية لتحريرها من أسر هذه السلطات التي أسست للسلبية التي توصم بها .

وعلىنا أيضاً أن نشير إلى خطورة النقد غير الموضوعي ، الذي يبتني أحكاماً قيمة مغايرة ، وفي غير موضعها ، للحكم على المادة الإعلامية في الفضائيات العربية . ولذلك فإن ما يسمى بالصحافة الصفراء ، حين تتناول بالنقد برنامجاً مثراً - على سبيل المثال - لا يكون مهماً التناول الموضوعي ، قدر المشاركة في حلقات الإثارة ، مثل هؤلاء المنضمين إلى حلقات الموالد من غير المتصوفة . فالمتصوفة يؤدون دورهم ، لكن هؤلاء المزيفين لن نرى منهم غير هرز رؤوس غير مؤمنة بما تفعل ، فقط يريدون أن يكونوا في الصورة ، والادعاء بأنهم يمثلون نفات وطنية غيرة على القيم .

• تخصيص برامج في الفضائيات العربية قائمة على الزاد الصحفي :

لقد حاولنا أن نتناول في النقاط السابقة بيان علاقة الفضائيات العربية بالصحافة المصرية ، من جهة واحدة هي الصحافة . لكننا هنا نرى الجانب الآخر ، وهو اعتماد الفضائيات على المادة المكتوبة ، سواء للترويج بما سينشر ، مثل برنامج : غدا تقول الصحافة ، أو الأخبار كما في عناوين الصحافة ، أو التعليق كما في برنامج رئيس التحرير .

وفي هذه الأنماط كلها ، تبدو مهمة اختيار المادة الصحفية المناسبة مهمة غاية في الصعوبة ، وسط ما تفرزه الحافة اليومية من أخبار وتعليقات .

## أوراق العمل

وتحضرني في هذه المناسبة التغطية التلفزيونية لحملة الأخبار التي أدرتها من خلال صفحتي الأسبوعية (أدب وثقافة) ، حيث مثلت المادة المنشورة إلهاما لرامح تم بثها على الفضائيات المصرية ، حتى إن اختيار ضيوف هذه الحلقات كان بإلهام مما كتب .

وهذا الأمر يلزم معدى البرامج بالمتابعة ، لكنه لا يعفى المنسقين والمشرفين ، ورؤساء القنوات ، من التوجيه ، وهذا يفرض إنشاء مكتب خاص للمتابعة الحية للصحافة المصرية ، حتى تكون الفضائيات نبضاً لموم الصحافة التي هي في الأساس موم الناس .

## المستقبل

من خلال ذلك كله ، ندرك أن نشوء الفضائيات العربية لم يكن عائقاً للصحافة المصرية ، بل فتح أبواباً جديدة للعمل الصحفي ، وأصبحت هناك علاقة قد نصفها بالتكافلية بين عناصر الفضائيات العربية وعناصر الصحافة المصرية .

والسؤال الذي تطرحه الورقة في ختام تحليلها: هل ساهم طرفاً معادلة الفضائيات العربية / الصحافة المصرية في النهوض بالمحتوى الخاص بكل منهما ، أم أن تلك العلاقة ساهمت - بشكل ضمني - في تحويل الفضائيات العربية إلى مجرد صحف مصورة ، مثلما حولت الصحافة المصرية إلى مجرد نشرة إعلامية للمحتوى الذي تقدمه هذه الفضائيات؟

وأقول : إن الطريق طويل ، وإن ملامح السلبية التي برزت في أنماط العلاقة بين الصحافة المصرية والفضائيات العربية لم يكن سببها الطرفان في أحيان كثيرة ، بل خلقتها ظروف مجتمعية واقتصادية وسياسية ، فرضت نفسها على الوسيطتين معاً .

ولذلك ، فإن علينا منذ اليوم أن نفكر في أن تكون لدينا في المستقبل القريب قاعدة معلوماتية ومعرفية ، يمكن أن تشكل نواة للفكر النقدي الصحفي للإعلام في الفضائيات العربية ، حتى لا نظل نشئ قنواتنا دون خطط مسبقة كافية .

## توصيات

ومن هنا يمكن أن نضع تصورنا لمستقبل علاقة الفضائيات العربية / الصحافة المصرية ، من خلال بعض التوصيات :

١ - إفساح مجال أكبر للمتابعة الصحفية للفضائيات ، وأن تخصص هذه المساحة الإضافية للنقد الجاد والرصين والموضوعي والمنهجي .



- ٢ - دعوة أساتذة الإعلام للخروج من قاعات الدرس الصغيرة بين جدران الجامعة إلى قاعات أكبر هي ساحات المجتمع ، وأن يساهموا من خلال النقد الإعلامي المبسط في خلق مناخ نقسدى يكون له - مستقبلا - دور في تجديد وتطوير وتنمية الفضائيات العربية من خلال الصحافة المصرية .
- ٣ - تخصيص مناهج دراسية في الأكاديميات والمعاهد والكليات للنقد المتخصص لحتوى الفضائيات العربية.
- ٤ - خلق سنوات اتصال أكثر فاعلية بين الوسيط بين الوسطين بما يخدم توجهات المجتمع وقيمه. والتنبه بإنشاء مكاتب متابعة في القنوات الفضائية المتخصصة لا تكفى بالرصد فقط ، بل بتفعيل هذه العلاقة لخدمة المجتمع من جهة ، ولخدمة الصحافة من جهة أخرى .
- ٥ - وضع معايير صحفية ترقى بالمهنة وأدائها ، حتى لا تتحول الصحافة إلى بول إعلان لبعض السلع وفة من المعلنين .
- ٦ - دراسة إمكانية تثقيف الخريطة الفضائية عبر برامج جديدة ، وأن تبنى الصحافة هذه الأفكار لتتاح أمام صناع القرار في القنوات الفضائية فرصة التجديد الصالح للمحتوى .
- ٧ - إقامة مؤتمر بحثي ، أدعو الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام إلى تبني فكرته ، يدعو أطراف هذين الوسيطتين الإعلاميين من باحثين وأكاديميين ومشتغلين للوصول إلى نقاط اتفاق ، وحوار حول أفضل السبل للتطوير .



## أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية

أ. إبراهيم العقيلوي

### المبحث الأول

تأصيل نظرى لمفهوم أخلاقيات الإعلام ..

**يرتكز** مفهوم أخلاقيات الإعلام على معادلة ، طرفاها : الحرية والمسئولية الإعلامية. والأساس فى هذا المفهوم هو تحقيق التوازن بين طرفى المعادلة .. فكلاهما عنصران أساسيان لا غنى عنهما فى مهنة الإعلام .

وقد تبلور مفهوما الحرية والمسئولية الإعلامية عبر مراحل تاريخية طويلة ، ترجع إلى البدايات الأولى للصحافة منذ منتصف القرن الخامس عشر ، أما الجنور الأولى فهى قديمة قدم وجود الإنسان ؛ حيث ارتبطت نشأة الاتصال ببذء الحياة الإنسانية ، ومعهما عرفت حرية التعبير والرأى ، وكلاهما يمثل جوهر وأساس الحرية الإعلامية ، والذى قادت بتدورها إلى ظهور الحاجة إلى تحديد مفهوم واضح للمسئولية فى مقابل تلك الحرية .. وفى هذا الإطار ظهرت نظريتان :

#### ١ - نظرية الحرية ..

وهى - تاريخياً - لم تكن الأولى فى تاريخ الإعلام ، بل سبقتها نظرية السلطة والذى ارتبطت بنظم الحكم الاستبدادى ، والحكم المطلق الذى كانت سائدة فى أوروبا على مدى قرنين تقريباً ، حتى قيام الثورة الفرنسية فى عام ١٧٨٩ .. حيث يمتزج النظام السلطوى للصحافة أقدم الأنظمة الصحفية من الناحية التاريخية ، وفى إطاره كانت تفرض على الصحافة قيود عديدة ، بحيث تخدم أهداف نظم الحكم الاستبدادية والمطلقة التى كانت سائدة فى ذلك الوقت . وبعد قيام الثورة الفرنسية ، كان من الطبيعى ظهور وتطور فلسفة الحرية فى المجتمعات الغربية ، كنتاج للدعوات الحرية لعدد من المفكرين ، ومنهم : « جون ميلتون » ، و « جون لوك » ، « فولتير » ، « جان جاك روسو » . وفى هذا الإطار ظهرت

---

(\*) أمين عام اتحاد الإذاعة والتلفزيون ج . م . ع - إعداد مركز للعلومات ، إدارة دعم إنفاذ القرار - بحرى الشيف - مروة سعيد - رشا محمود أحمد .

## أوراق العمل

الدعوة إلى حرية الرأي وحرية التعبير . وعلى هذا الأساس ، قامت نظرية الحرية التي تقوم على مبدأ : « أن حق الفرد في أن يعرف الحق الطبيعي كحقه في الماء والهواء ، ولكي يمارس الفرد هذا الحق الطبيعي ، لابد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة دون أية قيود تأتي من خارجها » ... وقد كان من نتائج هذه النظرية عدم فرض أية رقابة أو قيود من جانب الحكومة على الصحافة .

### ٢ - نظرية المسؤولية الاجتماعية ..

وقد ظهرت هذه النظرية كنتيجة أساسية لسوء استخدام مفهوم الحرية في وسائل الإعلام ، والذي استند لشمول التحرر من أية مسؤولية تجاه المجتمع وأفراده . ومن ثم ، قامت هذه النظرية على أساس التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع .. وعلى المستوى الإعلامي ، ارتكزت على تحقيق التوازن بين حرية الرأي والتعبير ، ومصالح المجتمع وأهدافه ، وأن للإعلام وظيفة اجتماعية ؛ مما أسفر عن مبدأ مهم في مهنة الإعلام وهو : ضرورة وجود التزام إعلامي ذاتي لمجموعة من الموانئ الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع .

وبالتالي ، فإن أخلاقيات مهنة الإعلام يحكمها طرفا المعادلة : الحرية والمسؤولية ، والتوازن بينهما هو جوهر أخلاقيات الإعلام ومهنة الإعلام .  
أهمية أخلاقيات مهنة الإعلام :

وتكتسب أخلاقيات مهنة الإعلام أهمية خاصة - بالمقارنة بأية مهنة أخرى - لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان ، ودورها المهم في تشكيل قيمه واتجاهاته ومعارفه ، وهي أيضاً رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة ، وتغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية ، ومن هذا المنطلق ، فإن أخلاقيات الإعلام تتخطى حدود أخلاقيات العمل والمهنة ؛ لتمتد وتشمل الأخلاقيات الإنسانية بصفة عامة ، وبخاصة مع ظهور الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ، والتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات : من البث المباشر بالأقمار الصناعية وشبكات المعلومات إلى آخره .

ومع التطورات الإعلامية المتلاحقة ، ظهر عديد من القوانين والمواثيق ، سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية .. لأخلاقيات العمل الإعلامي .

نماذج من المواثيق الخاصة بأخلاقيات الإعلام :

على المستوى الدولي :

فيما يخص حرية الإعلام :

المادة التاسعة عشرة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ( الصادر عن الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة في ١٠ ديسمبر ١٩٤٨ ) :

« لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير ، ويشمل هذا الحق : حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل ، واستقاء الأنباء والأفكار ، وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت ، دون تقيد بالحدود الجغرافية » .

وفيما يخص الحرية والمسئولية الإعلامية :

المادة التاسعة عشرة من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية (الصادر في عام ١٩٦٦) :

١ - لكل فرد الحق في اتخاذ الآراء دون تدخل .

٢ - لكل فرد الحق في حرية التعبير ، وهذا الحق يشمل حق البحث عن المعلومات أو الأفكار من أي نوع ، واستلامها ونقلها بغض النظر عن الحدود ، إما شفاهة أو كتابة أو طباعة ، وسواء كان ذلك في قالب فني أم بأية وسيلة أخرى يختارها .

٣ - ترتبط ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة (٢) من هذه المادة بواجبات ومسئوليات خاصة . وعلى ذلك ، فإنها قد تخضع لقيود معينة ولكن فقط بالاستناد إلى نصوص القانون والتي تكون ضرورية :

( أ ) من أجل احترام حقوق أو سمعة الآخرين .

(ب) من أجل حماية الأمن الوطني أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاق وعلى الرغم من وجود عديد من المواثيق الدولية الأخرى الخاصة بالأخلاقيات الإعلامية ، إلا أن هذين النصين من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية ، قد تم اختيارهما لما يتمتعان به من سمعة الالتزام على المستوى الدولي ، وإقرارهما بحرية الإعلام ، وفي الوقت نفسه تدعيم هذه الحرية بالمسئولية الإعلامية المرتبطة بالأخلاقيات الإعلامية في ممارسة المهنة .

المواثيق الخاصة بأخلاقيات المهنة في الإعلام الإذاعي المصري : المسموع والمرئي :  
القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ وتعديلاته بالقانون رقم ٢٢٣ لسنة ١٩٨٩ « في شأن اتحاد الإذاعة والتليفزيون » :

من المادة الثانية : « يهدف الاتحاد إلى تحقيق رسالة الإعلام الإذاعي المصري : المسموع والمرئي.. سياسة وتخطيطاً وتنفيذاً ، في إطار السياسة العامة للمجتمع ومتطلباته الإعلامية ، آخذاً بأحدث ما تصل إليه تطبيقات العلم الحديث ، وتطورهات في مجالات توظيف الإعلام المرئي والمسموع لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه .. » .

هذه المادة - من نصوص القانون المشار إليه - تقدم الإطار العام للمسؤولية الإعلامية للإعلام الإذاعي المصري : المسموع والمرئي ، والتي حددت في المادة نفسها في ثلاثة عشر بنداً من بنود وجوانب هذه المسؤولية ، وفي مقدمتها :

« أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية بالكفاءة المطلوبة ، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية ، في إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصري ، وفقاً للمبادئ العامة التي نص عليها الدستور » ...

#### ميثاق الشرف الإذاعي ( المصري ) :

يتكون الميثاق من : ديباجة ، ومسؤولية الإذاعي والأخلاقيات الإذاعية ....

تتضمن ديباجة الميثاق « قسم الإذاعيين المصريين » وهو أقوى نص يحمل معاني في الالتزام بأخلاقيات المهنة ؛ لأنه التزام وعهد أمام الله وأمام الشعب ، وأمام الضمير الإنساني .

جاءت مسؤولية الإذاعي ( في الإذاعة المسموعة والمرئية ) في الميثاق شاملة :

- ( أ ) تقديم المعلومات الصحيحة للشعب في حينها .
- ( ب ) الرعاية الكاملة لكل مصالح الشعب .
- ( ج ) أمانة الاتصال بين الشعب وحكومته .
- ( د ) عرض وجهات النظر المختلفة عرضاً متوازناً أميناً في كل القضايا التي هم الشعب ، دون تحيز أو تحزب أو إثارة .
- ( هـ ) بث الثقة بين المواطنين في الداخل والخارج .
- ( و ) الالتزام بالحرية العامة والقيم الدينية والقومية .

- ( ز ) حماية الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي .
- ( ح ) ارتباط الكلمة الملاعة بالضمير الإنسان .
- ( ط ) المشاركة في تبصير الرأي العام .
- ( ي ) المشاركة في تشكيل الذوق العام تشكيلاً سليماً .

أما عن أخلاقيات المهنة ، فقد نص للميثاق على أن: « لأخلاقيات الإذاعية مصادر رئيسية » هي :

- ١ - التعاليم السماوية .
  - ٢ - المثل العليا للإنسان المعاصر .
  - ٣ - سيادة القانون .
  - ٤ - حرمة الأسرة ورعاية الطفولة .
  - ٥ - الإيمان بالكلمة الصادقة .
  - ٦ - صدق الإذاعي مع نفسه ومع الناس ، باعتباره : قدوة للغير .
  - ٧ - المظهر اللائق في الأداء ، سواء كان بالقول أم بالإشارة .
  - ٨ - الحفاظ على أسرار المهنة .
- وتكتمل أخلاقيات المهنة في ميثاق الشرف الإذاعي المصري بمجموعة من المحظورات في ( ١١ ) بنداً تتصل في مجموعها بمحظر كل ما يمس القيم الدينية والقومية والاجتماعية والأخلاقية .

#### ميثاق الشرف للعاملين باتحاد الإذاعة والتليفزيون :

وهو ميثاق مكمل ومدعم لميثاق الشرف الإذاعي ، وقد جاء شاملاً ومتكاملاً فيما يخص « أخلاقيات المهنة » - وبصورة أكثر تفصيلاً - حيث احتوى - إلى جانب الديباجة وإعلان العهد أو قسم الإعلاميين العاملين بالاتحاد - على ( ٤٦ ) بنداً حول أخلاقيات العمل في اتحاد الإذاعة والتليفزيون في بابين : الأول في الواجبات ( ١٤ ) بنداً والثاني في المحظورات ( ٣٢ ) بنداً . ولأن أخلاقيات المهنة « كسل متكامل » .. فقد جاء ميثاق الشرف للعاملين باتحاد الإذاعة والتليفزيون متضمناً الواجبات والمحظورات ، في بنود متواصلة ، ثم التقدم لها في النص التالي :

« يقوم العمل في اتحاد الإذاعة والتليفزيون بجميع مجالاته وأجهزته على أساس القواعد التالية ، وفي الحدود الآتي بيانها ، تأكيداً للقيم الدينية والوطنية والقومية والاجتماعية والأخلاقية والعملية والفنية » .

### نماذج من أخلاقيات المهنة في نصوص هذا الميثاق :

#### الواجبات :

- يجب أن تؤكد البرامج القيم الدينية والأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع المصري ، كما تشجع التقاليد الصالحة التي ورثها الشعب على مدى تاريخه الطويل .
- يجب أن تحرص البرامج على اعتبار مكارم الأخلاق والعمل للمخلص ، والالتزام بمبادئ الدستور الأخلاقية والاجتماعية معياراً للتفاضل بين الناس .
- يجب أن تكون البرامج معبّرة بأمانة عن مبادئ السياسة العامة للدولة ، وأهدافها في كافة مجالاتها .
- يجب أن تحرص البرامج على تقديم الفن الرفيع والفكر الجاد ، وعلى الترفيه البعيد عن الإسفاف والابتذال والسوقية .
- يجب أن تؤكد البرامج حرية الفكر ، والكلمة والصورة ، والإبداع الفني .
- يجب أن تعمل البرامج على الارتقاء بالنوق الفني ، وتطوير الذوق الجمالي لدى الجماهير ، وعلى تنمية الملكات والمواهب .
- يجب أن تؤكد البرامج حرية المواطنين وحرماقتهم ، وحقوقهم في الأمن على النفس والعرض والرزق والكرامة .

#### الخطوات :

- لا يجوز إذاعة ما يتضمن المسلسل بالأديان والمعتقدات .
- لا يجوز إذاعة ما يثير الجدل الديني بين الطوائف .
- لا يجوز إذاعة ما يحس السياسة العليا للدولة ، أو الأهداف التي تقوم عليها هذه السياسة .
- لا يجوز إذاعة ما يحس القومية العربية ، أو قيمها الكفاحية ، أو تراثها القومي .
- لا يجوز إذاعة محوم على القوميات الأخرى .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحقير أية مهنة مشروعة .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تهديد كيان الأسرة ، أو يقلل من قدرتها ، أو يهز القيم التي يقوم عليها بناؤها .
- لا يجوز إذاعة ألفاظ أو تعبيرات ، أو صور سوقية أو مبتذلة .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه أن يحس الآداب العامة أو الوفاق أو يندش الحياء ، سواء بالقول أم بالأداء أم بالصورة .



- لا يجوز إذاعة ما يؤدي إلى تحييد الانحلال الخلقى ، سواء بالقول أم بالأداء أم بالصورة .
- لا يجوز المساس بالقيم النابعة من تقاليدنا الوطنية .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه إشاعة البلبلة الاجتماعية ، أو المبادئ المناهضة لأسس المجتمع العربي وتقاليد .
- لا يجوز إذاعة ما من شأنه التفرقة بين الناس ، بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة أو الطبقة .

المبادئ الأساسية والضوابط التي تحكم الإنتاج الإعلامي في مجال الدراما والبرامج :

« دليل عمل للبرامج والأعمال الدرامية باتحاد الإذاعة والتلفزيون » .. وقد صدر بقرار رئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون رقم (٢٤٥) لسنة ١٩٩٥ ، والصادر في ١٦/٨/١٩٩٥ ، وهو ميثاق شرف إعلامي غاص بالإنتاج الإعلامي ... « لتأكيد القيم والسلوكيات الإيجابية في المجتمع ، والتصدي للظواهر السلبية من خلال فهم عميق وإدراك واع لحركة المجتمع » .

وقد اشتمل دليل العمل على ثلاثة مجالات رئيسية للمبادئ الأخلاقية العامة التي تحكم الإنتاج الإعلامي المصري :

أولاً : مجال التوعية الدينية .

ثانياً : مجال القيم الاجتماعية ويشمل : الأسرة ، المرأة ، الجيران ، الطوائف والفئات ، الشباب ، الانتماء ، تكريم الإنسان ، قيمة العمل ، قضايا الانحراف والفساد ، التنمية والبناء ، البيئة ، الوقت .

ثالثاً : معاذير عامة .. في (٤٠) بنداً حول الممارسات التي يجب أن تتخلص الأعمال الإذاعية والتلفزيونية من تقديمها ، بصورة تدعو إلى الإعجاب بما أو تقليدها ، وجميعها تدور حول الصفات والسلوكيات السيئة<sup>(١)</sup> .

ميثاق الشرف الإعلامي العربي :

وهو ميثاق لأخلاقيات الإعلام العربي « ككل » يتضمن الأطر العامة لأخلاقيات المهنة في وسائل الإعلام في جميع الدول العربية .. ويتكون من (١٥) مادة : المادتان : الأولى والثانية : « في المبادئ العامة » ، والمواد من الثالثة حتى الحادية عشرة : « في المسؤوليات » ، والمواد من الثانية عشرة حتى الخامسة عشرة : « في واجبات الحكومات والمؤسسات » :

## المبادئ العامة لأخلاقيات الإعلام العربي :

### المادة الأولى :

« يقوم الإعلام على حقين : حق التعبير ، وحق الاطلاع ، وهو يكمن بالتالي في صلب كل نشاط إنمائي على صعيد المعرفة والثقافة والتربية . ولذلك ، يتعين عليه أن يعمل على تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة ، والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري ، وأن ينشد الحقيقة المجردة في خدمة الحق والخير ، ويسعى إلى شد الأواصر ، وتعميق التفاهم والتفاعل والتبادل : مادياً ومعنوياً في المجتمع العربي والولوى » .

### المادة الثانية :

« إن حرية التعبير شرط أساسي للإعلام العربي الناجح ، وهو مكسب حضارى تحقق عبر الكفاح الإنسان الطويل ، وجزء لا يتجزأ من الحريات الأساسية المنصوص عليها في الإعلان العالمى لحقوق الإنسان . ولكن المسؤولية شرط أساسى لممارسة هذه الحرية ، بحيث لا تتجاوز حدود حريات الآخرين » .

## نماذج من ( نصوص المواد : الثالثة - العادية عشرة )

### الخطوط العريضة لأخلاقيات الإعلام العربي ...

● تتحمل وسائل الإعلام العربية مسؤولية خاصة تجاه الإنسان العربي ، وهى تلتزم بأن تقدم له الحقيقة الخالصة المادفة إلى خدمة قضاياه ، وأن تعمل على تكامل شخصيته القومية وإثرائها فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً ، وإظهار حقوقه وحرياته الأساسية ، وترسيخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الخلقية الأصيلة .

● تحرص وسائل الإعلام العربي على رفض مبادئ التمييز العنصرى ، والعصية الدينية والتعصب بجميع أشكاله ، وهى تناضل في سبيل المبادئ العادلة وحق الشعوب في تقرير مصورها ، وحق الأفراد في الحرية والكرامة .

● يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والأمانة في تأديتهم لرسالتهم ، ويمتنعون عن اتباع الأساليب التى تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن في كرامة الشعوب مع احرام سيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية ، وعدم التدخل في شئونها الداخلية ، وعدم تحويل الإعلام إلى أداة للتخريض على استعمال العنف .

- يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والموضوعية في نشر الأنباء والتعليقات ، ويمتنعون عن اعتماد الوسائل غير المشروعة في الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من مواد الإعلام ، ويحافظون على سرية مصادر الأخبار إلا فيما يمس الأمن الوطني والقومي .

#### ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي :

- هو ميثاق لأخلاقيات ومبادئ الإعلام الإسلامي .. ويتكون من : ديباجة ومنطلقات العمل الإعلامي في الدول الإسلامية ( ستة بنود ) ، ومبادئ ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي ( ستة عشر بنداً ) .
- تضمنت الديباجة ما يبرز خصوصية هذا الميثاق لأخلاقيات المهنة ، والتي تركز على أن « للإسلام منهجاً إعلامياً مميزاً ، مستمداً من الكتاب والسنة والتراث الإسلامي » ، وأن : « للإسلام منظومة من القيم تجسد مجموعة متكاملة من المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية ، تشكل في مجملها منهجاً خاصاً في الحياة ، هو الذي منح الهوية الثقافية الإسلامية ملامحها المميزة » .
- منطلقات العمل الإعلامي في الدول الإسلامية ، وقد حددها الميثاق في النقاط التالية:  
أولاً : الإعلام في جوهره كلمة طيبة ، تستهدف مصلحة الفرد والمجاعة .  
ثانياً : الإعلام حق من حقوق المسلم أن يعلم ويتعلم ويعلم عنه ، من وسائل إعلام وطنية متطورة ، ومتمحرة من أية سيطرة خارجية .  
ثالثاً : الحرية هي أعلى القيم التي يحرص الإسلام على تأكيدها .  
رابعاً : العمل والإنتاج والإبداع وإعمار الكون، هو الغرض الأساسي الذي خلق الإنسان من أجله بعد عبادة الله .

- خامساً : رجل الإعلام يمثل واحداً من أهم مقومات التحرك الإعلامي في الدول الإسلامية .
- سادساً : الهدف من الإعلام على المستوى الدولي هو تعميق العلاقات الودية القائمة على المحبة والتعاون بين البشر جميعاً ، بقصد تكوين مجتمع إنساني متكاتف متماسك متآلف .

#### مبادئ ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي

- حددها الميثاق في ستة عشر بنداً ، تقدم الخطوط الرئيسية التي تحكم أخلاقيات المهنة في الإعلام الإسلامي منها :

- في الدعوة الإسلامية .. الدعوة إلى الركائز الثلاث التي يقوم عليها المنهج الإسلامي: ( العقيدة ، الشريعة ، الأخلاق ) .

## أوراق العمل

● الأصالة والمعاصرة .. التمسك بالأصالة التي تربطنا بجذورنا ومنابعنا وقيمنا الإسلامية ، وتراثنا العريق بمعطياته الإيجابية ، والحرص على مواكبة العصر والانفتاح على الحضارة الإنسانية .

● الصدق والموضوعية .. الالتزام بالصدق والموضوعية .

● لغة الحوار .. الالتزام بالأسلوب العف الكرم في الحوار القائم على الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن .

● أما بقية المبادئ ، فهي حول أخلاقيات المهنة في الاهتمام بمجانب عديدة وتناولها إعلامياً : التضامن الإسلامي ، طلب العلم ، عبارة الخرافة والتشاؤم ، الحث على العمل ، الإبداع ، اللغة العربية ، احترام الأسرة ، التنمية والاهتمام بقضايا المجتمع ، صورة الإسلام والمسلمين ، التعامل مع التيارات الفكرية المضللة ، ضوابط الإعلان ، التدريب .

ومن خلال النماذج التي تم تناولها من اللوائح الخاصة « بأخلاقيات الإعلام » .. يمكن القول : أن أخلاقيات المهنة وأهمية الالتزام بما أمر متفق عليه في جميع اللوائح المقتنة لها ، وهذا الالتزام لا يعنى تقييد حرية الإعلام ، حيث إن هذه اللوائح تقدم ضوابط لتدعيم هذه الحرية من واقع المسؤولية الإعلامية ، فلا حرية دون مسؤولية .

وسمع تساعد الطوفان الاتصالي والمعلوماتي ، والمنافسة الحادة في الفضاء - والذي أصبح مكتظاً بالفنسات الفضائية ، والتي تحمل رسائل متباينة بعضها جيد وبعضها رديء - تبقى قضية أخلاقيات الإعلام مطروحة وبصورة ملحة .

وفي وصف دقيق ومبكر للوضع الحالي تحت عنوان « الانفجار الاتصالي » .. من كتاب : « الإعلام وسيلة ورسالة » لمؤلفيه « جون ميرييل » و « رالف لونشتاين » « فقرتان » .. تعدان بمثابة « دق أجراس الخطر » للاهتمام بالأخلاقيات الإعلامية .. فيما يقدم من مضامين عبر الرسائل الإعلامية :

« كل الناس يتكلمون ، يتحدثون ، تتزايد باستمرار نسب وإحصاءات الذين يكتبون ، فيض من الرسائل يجتاحنا وكأمواج عاتية ، يحيط بنا من كل جانب . ومنذ أواخر الخمسينات والاهتمام بالاتصال يحدث نمواً مضطرباً في حجم الرسائل وإنسيابها وتدفقها ؛ فسقطت حواجز اللغة ، وتعرضت البيئات الاجتماعية والفكرية إلى « تلوث اتصالي » بشكل يهدد نسيجنا ويبتتنا الاجتماعية بالتشويش والإحباط ، وعزق - في الوقت نفسه - فاعلية شخصيتنا وهويتنا الحضارية ، وكلما كثرت الاتصالات

ضعفت قيمتها ، لا سيما ونحن نمر الآن بمرحلة « تضخم اتصال » أصبحت معه الرسائل أقل قيمة بسبب ارتفاع عددها .

« كلما تضخم عدد الرسائل تضخم حجم المواد التافهة والفاسدة التي نحاول السيطرة على اهتماماتنا » .

ويمكن القول : إن التلوث الاتصالي ، يمكن مواجهته بل والقضاء عليه بالمضامين الإعلامية الهادفة عبر رسائل إعلامية « جيدة » .. شكلاً وموضوعاً .. والتي تعد بدورها مؤشراً على الالتزام بأخلاقيات المهنة في بث الرسائل الإعلامية ، وهذا هو التحدي الأساسي أمام القضايا العربية حفاظاً على الهوية والثقافة العربية .

## المبحث الثاني .. الفضائيات العربية

تعد الفضائيات العربية تجسيداً للتواجد العربى في عصر السماوات المفتوحة ، والذي أصبح فيه الفضاء مفتوحاً لإطلاق قنوات فضائية جديدة « كل يوم » ومسرحاً لمنافسة إعلامية ضارية بين تلك القنوات - والسؤال هو في الواقع منافسة بين دول العالم « لإثبات وجودها على الساحة الدولية وفي الفضاء الخارجي » .

ويرجع تاريخ الفضائيات العربية إلى أواخر عام ١٩٩٠ والذي شهد انطلاق أول قناة فضائية عربية وهى « القناة الفضائية المصرية ( الأولى ) » - والتي بدأ بثها في ٢٢ ديسمبر ١٩٩٠ .. والتي كانت البداية نحو انطلاق قنوات فضائية عربية عديدة ومتنوعة ، سواء كانت قنوات حكومية أم قنوات خاصة .. بل إن الملفت للنظر هو تزايد عدد القنوات الفضائية العربية بوضوح في السنوات الأخيرة . فبعد أن كان عددها يقدر بعشرين قناة في منتصف التسعينات ، تجاوز عددها الآن المائة بكثير ، الأمر الذي أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين الفضائيات سواء بين الفضائيات العربية ، أم بين الفضائيات العربية والفضائيات الأجنبية .

ملامح من واقع البث الفضائى العربى ( وفقاً لإحصاءات اتحاد الإذاعات العربية ) .

### عدد القنوات الفضائية العربية :

يبلغ عدد القنوات الفضائية العربية أكثر من (١٤٠) قناة ، وقنوات أخرى في طريقها إلى الانطلاق بمعدل ٤ أو ٥ قنوات جديدة ، منها :

(٧٥) قناة عامة « القنوات الجامعة » .

و (٦٥) قناة متخصصة : أطفال ، رياضة ، أخبار ، سينما ، دراما ، موسيقى / منوعات ، ثقافة ، تعليمية ، خدمات / إعلامية / أفلام وثائقية إلى آخره ..

ويبلغ عدد الهيئات العربية التي تبث قنوات فضائية أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها (٤٧) هيئة ، منها :

- (٢٠) هيئة حكومية .

- (٢٧) هيئة خاصة تمتلكها وتديرها رؤوس أموال عربية .

### نظام البث :

تبث ٧٨ قناة (تقريباً) ، بنظام البث المفتوح ، في حين تبث (٥٩) قناة تقريباً بنظام البث المشفر .

### التغطية الجغرافية :

يفتقد بث القنوات الفضائية العربية أساساً المنطقة العربية ، وجزء كبير منها يغطي مناطق شاسعة من أوروبا ، بينما يغطي عدد محدود من هذه القنوات أمريكا وإستراليا وأفريقيا وأمريكا الجنوبية وأجزاء من آسيا .

تبث معظم الفضائيات العربية على أقمار « عرب سات » و « النايلسات » ، في حين تبث بعض القنوات على أقمار ٧٠٣ و ٧٠٥ INTELSAT ، EUTELSAT HOTBIRD 2 ، PANAMSAT PAS 4-2-3-4 ORION ECHOSAT ، EUTELASTI F3 .

### لغة البث :

تبث معظم الفضائيات العربية باللغة العربية (٨١) قناة ، في حين تبث بعض القنوات جزءاً من برامجها باللغة الإنجليزية (٤٠) قناة ، واللغة الفرنسية (١١) قناة وبعض اللغات الأخرى كالألمانية والمندية والفارسية ، ( تبث قناة النيل الدولية المصرية باللغات الإنجليزية ، الفرنسية ، العربية ) .

### الإنشاج :

- تعتمد أغلب الفضائيات العربية على الإنتاج المحلي للبرامج بنسبة تتراوح بين ٣٠% ، ١٠٠% من البرامج التي تبثها على قنواتها .
- بالنسبة للإنتاج المستورد ، فإن الفضائيات العربية تستورد برامج عربية بنسب تتراوح بين ٠,٣% و ٧٠% أما البرامج الأجنبية للمستوردة فتتراوح نسبتها بين ١% و ٦٠% من جملة البرامج التي تستوردها هذه القنوات<sup>(١)</sup> .

### نظام الحزم التلفزيونية في الفضائيات العربية :

يقوم هذا النظام على أساس : تجميع عدد من القنوات التلفزيونية ، معظمها فضائي وبعضها أرضي من جانب مؤسسة متخصصة ، تتيح خدماتها للذين يرغبون في استقبال هذه المجموعات ، مقابل اشتراك مالي سنوي أو شهري ، ويتم ذلك باستعمال « ديكودر » خاص بالنظام الذي يتم فيه الاستقبال ، إما عن طريق شبكة مايكروويف أرضية متعددة الاتجاهات ، أو عن طريق هوائي متصل بقمر معين هو الذي يحمل حزمة القنوات .

ويعرف هذا النظام « بالباقة أو البوكيه » ، ومن أهم هذه الحزم أو الباقات :

- الشركة المصرية للقنوات الفضائية C.N.E .
- باقة الأوائل أو مجموعة الأوائل السعودية - شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART)
- باقة أرابيسك .
- شبكة الأوربيت .
- سارة فيحي ( السعودية )
- كيوتل ( القطرية )
- الشبكة الأردنية للبث المتعدد .
- دبي كبل .
- حزمة الاشتراك البحرانية .

ومن خلال هذه الملامح الرئيسية لواقع البث الفضائي العربي ، يمكن القول : إن السمة الأساسية هي الكثرة العددية للقنوات الفضائية العربية ، والتي وصفتها د. انتسراح الشال - مبكراً وقبل وصول عدد القنوات الفضائية العربية لهذا الحجم (١٤٠) قناة - بـ : « هوجة القنوات الفضائية » .. فنحن الآن أمام واقع مشهود من هذه الهوجة الفضائية .

مؤشرات حول أداء الفضائيات العربية :

حول الانطباعات عن مختلف القنوات الفضائية العربية فيما تبثه من برامج :

أسفرت نتائج بحث واقع ومستقبل البث الفضائي العربي .. (يونيه ٢٠٠١) - بالتعاون بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري والشركة المصرية للأقمار الصناعية «النابل سات» والذي أجرى على عينة قوامها (٣٦٩٥) مفردة من أربع دول عربية : مصر (١٤٨٧) ، السعودية (١١٦٥) ، الإمارات (٥٠٠) ، الكويت (٥٤٣) .. جاءت أكثر ثلاث قنوات تميزاً على النحو التالي :

• البرامج الإخبارية : احتلت قنسة الجزيرة المركز الأول بنسبة (٨١%) ، يليها قناة MBC (٤٦%) ثم النيل للأخبار (٢٨%) .

• البرامج الرياضية : قناة النيل الرياضية (٤٥%) ، قناة دبي الرياضية (٤٠%) ، MBC (٢٦%) .

• الدراما العربية : قناة النيل للدراما (٥٠%) ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٤٥%) ، MBC (٢٤%) .



- الدراما الأجنبية : MBC (٤٣%) ، LBC (٢٤%) ، المستقبل (١٩%)
- البرامج الثقافية : قناة النيل الثقافية (٢٧%) ، الجزيرة (٢٣%) ، MBC (٢١%)
- المنوعات الغنائية والمسابقات : MBC (٤١%) ، LBC (٣٧%) ، النيل للمنوعات (٣١%) .

وعن مدى انتشار البث الرقمي في المنطقة العربية - وفقاً لنتائج البحث - فقد بلغ نسبة ٢٦% بعد مضي نحو ثلاث سنوات على دخول البث الرقمي للمنطقة ، وهي نسبة مشجعة للغاية ، وتعطي مؤشراً على أن العالم العربي مقبل على بيئة تلفزيونية جديدة <sup>(١)</sup> .. في اتجاه تعددية الفضائيات التي يستقبلها الجمهور العربي ، ومن ثم ، تعرضه لكم ضخم من الرسائل الإعلامية بأشكال ومضامين مختلفة ، مما يفرض تحديات كبيرة أمام الفضائيات العربية للفوز في هذا السباق الفضائي .

#### حول الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي ، وأداء الفضائيات العربية :

أسفرت نتائج بحث : « الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي .. الإنجازات والتحديات » ( أكتوبر ٢٠٠٣ ) - بالتعاون بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون والشركة المصرية للأقمار الصناعية « ناهل سات » - والمركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية - والذي أجرى على عينة قوامها (٤٦٢٤) مفردة من خمس دول عربية : مصر (٢٠٠٦) ، السعودية (١٠٠٧) ، تونس (٦٠٠) ، الإمارات (٥٠٦) ، الكويت (٥٠٥) .. عن مجموعة من المؤشرات المهمة :

#### الإعلام الفضائي العربي :

• الإنجاز الرئيسي للإعلام الفضائي العربي هو تكريس واقع إعلامي عربي جديد - لا رجعة عنه - وهو الإعلام العربي العابر للأقطار «Pan Arab» وبذلك يكون الإعلام الفضائي العربي قد أبحر ما عجزت عنه السياسة والاقتصاد . ومن للمنجزات الانتشار المبهز للبث الفضائي الرقمي الذي كانت الناهل سات الرائدة في إطلاقه ، وكذلك الانتشار الذي حققه عدد من الفضائيات المصرية . وبوجه عام ، فإن مضمار السباق الإعلامي للرئي هو السوق العابر للأقطار .

• الدوافع المعلنة للتحويل إلى البث الرقمي متعددة ، غير أن الدافع الرئيسي هو تعدد الخيارات التي يتيحها البث الرقمي .

• المخاوف الاجتماعية - الثقافية من افتتاح الأسر على قنوات فضائية لا ينسجم مضمونها مع مضامين القيم والعادات العربية - قائمة وستستمر . إلا أن هذه المخاوف مبالغ فيها ، فالأسر العربية قادرة على السيطرة على ما تشاهد .

## أوراق العمل

• مهما تعددت خيارات المشاهدة أمام المشاهد العربي ، ينحصر عدد الفضائيات التي تستقطب النسبة الأعلى من المشاهدين على عدد أصابع اليد الواحدة ..

أداء الفضائيات العربية من حيث معدلات المشاهدة (القنوات التي تبث عبر النايل سات) ..

من واقع ما أسفر عنه البحث من نتائج ، فإن عددًا من الفضائيات العربية - من بين المائة وأربعين قناة - يحظى بالإقبال على المشاهدة بنسب متفاوتة ، على مستوى إجمالي جمهور عينة البحث ، وهي بالترتيب :

الجزيرة	(%٤٤)	درم ١	(%٣٤)
Mbc 2	(%٣٢)	درم ٢	(%٢٨)
Mbc	(%٢٢)	الفضائية المصرية الأولى	(%٢٢)
اقرأ	(%٢٠)	أبو ظبي الفضائية	(%١٩)
العربية من mbc	(%١٩)	الفضائية اللبنانية	(%١٧)
تلفزيون المستقبل	(%١٣)	ميلودي هيتس	(%١٢)
مزىكا	(%١١)	الفضائية المصرية الثانية	(%١٠)
المحور	(%٩)	دبي الفضائية	(%٨)
دبي الرياضية	(%٧)	الكويت الفضائية	(%٦)
تلفزيون المنار	(%٤)	نغم	(%٤)

وبالتالى ، فإن مع الوضع فى الاعتبار : الاختلافات النوعية بين جمهور عينة البحث فى كل الدول العربية الخمس ، إلا أنه لوحظ ما يلى :

• وجود اتفاق بين جمهور عينة البحث على الإقبال على مشاهدة قناة الجزيرة ، والتي حظيت بأعلى معدلات المشاهدة . واحتلت المركز الأول .

• ومن الملفت للنظر ، دخول القنوات المصرية الخاصة حلبة المنافسة ، واحتلالها المراكز المتقدمة الأولى من حيث معدلات المشاهدة : درم ١ فى المركز الثانى ودرم ٢ فى المركز الرابع، وكذلك قناة المحور،

ولكن بنسبة أقل بكثير من دريم ١ ، دريم ٢ .. ولكن المهم ألما من الفضائيات العربية التي تغطي بإقبال على المشاهدة ولو بمعدل محدود .

● احتفظت قنوات مركز تلفزيون الشرق الأوسط بموقعها على مستوى القنوات الأكثر مشاهدة - وإن تراجعت من حيث الترتيب أمام قنساتي دريم ١ ، دريم ٢ : حيث احتلت mbc2 المركز الثالث و mbc المركز الخامس ، والعربية من mbc المركز التاسع .

● والملاحظة العامة أن الفضائيات العربية « الخاصة » احتلت الجانب الأكبر من القنوات الأكثر مشاهدة ، حيث احتلت المراكز الخمسة الأولى يليها بعد ذلك الفضائية المصرية الأولى ( الحكومية « الرسمية » لاتحاد الإذاعة والتلفزيون ) في المركز السادس . ، وبالتالي فإن الفضائية المصرية الأولى هي القناة الأكثر مشاهدة على مستوى الفضائيات العربية للحكومة الرسمية .

وإذا كانت معدلات للمشاهدة تقى جانباً من أداء الفضائيات العربية ، إلا أن هناك جوانب أخرى عديدة ترتبط بتأثير الفضائيات العربية ، ومدى قدرتها على حماية الهوية العربية في إطار البث الفضائي الوافد من الفضائيات الأجنبية ، فمن أهم عواطف الفضائيات الأجنبية أن هذه القنوات قفزت فوق الحدود السياسية والجغرافية والقانونية ، بل والأخلاقية . وبدأ المواطنون يتعرفون إعلاماً جديداً بوسائل ومضامين جديدة - يحمل رسائل ثقافية وإعلامية وتربوية وقيماً أخلاقية جديدة ومدعشة بل ومفاجئة ، وتعي عن مجتمعات الغرب وتترجم قيمه وأخلاقه ، وتروج لسياساته واهتماماته ، وتفرض على مستقبلها ومتلقيها أجندته الرئيسية سياسياً واقتصادياً وعسكرياً وثقافياً وأخلاقياً<sup>(١٦)</sup> .

وبالتالى ، فإن التحدى الأكبر للفضائيات العربية هو حماية الإنسان العربى ، والهوية العربية من عواطف ما تبثه الفضائيات الأجنبية .

ولكن هناك بعض السلبيات في أداء بعض الفضائيات المصرية تؤثر على دورها في هذا المجال ، ومنها :

● لجوء بعض الفضائيات العربية إلى استخدام مضامين عملية تحاكي للمضامين الأجنبية - دون وعى - مما يؤثر بالسلب على المجتمعات العربية ؛ لأن هذه المضامين تقدم باللغة العربية بما يجعل وصول الأفكار إلى الجمهور العربى أسهل ، وهذا هو ممكن الخطر ، حيث تحولت بعض الفضائيات العربية إلى أداة ضد الواقع العربى .

• إعطاء بعض الفضائيات العربية الأولوية للانتشار الجغرافي على حساب المضمون ، والتركيز على المواد الجاذبة ، مثل : برامج المنوعات والأغاني والدراما ، « التي تفرق المشاهد في حالة من السعادة الوهمية التي تبعد عن شعوره بالمسؤولية تجاه مشكلات وطنه ، وتثير وعيه وتحفز على المشاركة في قضايا تمس مستقبله ومستقبل وطنه » .. الأمر الذي يؤدي إلى « تضييق الوعي » وهو ما يتناقض مع الهدف الرئيسي المفترض من الفضائيات العربية ، وهو : تنمية وعي الشعوب العربية بقضايا أمتهما .

• إضافة إلى أن الفضائيات العربية الرسمية تعرض قضايا مغرقة في المحلية ، والتي لا تحظى باهتمام المشاهد العربي - والمفترض أن القنوات الأرضية هي المعنية بالقضايا المحلية - وهذا يؤدي إلى ابتعادها عن مساحة المنافسة ، ويتقصص من دورها في حماية الهوية العربية .. والأهم هو ترك الساحة للفضائيات الخاصة بغض النظر عما تقدمه من مضامين .

• إلا أنه بلا شك ، هناك جوانب إيجابية عديدة في أداء الفضائيات العربية ، وفي مقدمتها أنها أتاحت « تفسير عدد متنوع من الاختيارات أمام المتلقي العربي » .. وبخاصة في ضوء انتشار الفضائيات العربية المتخصصة ، إضافة إلى أنها ساهمت في الوصول للمشاهد العربي داخل وخارج البلاد العربية ، وتوصيل صوت العالم العربي إلى الجمهور الخارجي . إضافة إلى أن عديداً من الفضائيات المتخصصة تخدم جهود التنمية في البلاد العربية ( قنوات التعليم ، الصحة ، الثقافة ، الرياضة إلى آخره .. ) .

• وبغض النظر عن سلبيات أو إيجابيات أداء الفضائيات العربية - والذي تناولته بحوث ميدانية عديدة اعتمدت بآراء وانطباعات الجمهور عما تقدمه الفضائيات العربية ، ومعدل مشاهدة هذه القنوات ، إلى آخره - فالهم هو أن تحقق هذه الفضائيات الأهداف المرجوة منها في حماية الهوية العربية ، والحفاظ على القيم والأخلاقيات فيما تبثه من برامج ومواد متنوعة ، وأن تكون بحق : البديل العربي في الفضاء في مواجهة غطر ما تبثه الفضائيات الأجنبية من مضامين وأفكار مغايرة للقيم والأخلاقيات العربية ، ولا تخدم مصالح الشعوب العربية .. لا أن تكون عكازاً للمضامين الأجنبية بمضامين عربية ، وهو ما يتصل مباشرة بالأخلاقيات الإعلامية - أو أخلاقيات المهنة - فيما تبثه الفضائيات العربية من مضامين ورسائل إعلامية متنوعة .

## المبحث الثالث .. أخلاقيات المهنة والفضائيات العربية

يتلخص المشهد الفضائي العربي الحالي في تعددية الفضائيات العربية : الحكومية والخاصة والمتخصصة .. المشفرة والمفتوحة .. وهو في شكله العام يحقق إشباعاً لاحتياجات الجمهور العربي من المواد والبرامج المتنوعة .

ولكن هذا الإشباع يتسرب من خلاله عديد من المواد والبرامج المخالفة والمضامين الفاسدة ، والتي تعتمد على الجذب والإثارة بغض النظر عن تناقضها مع القيم والأخلاقيات العربية ، والأخطر هو تأثيرها على الأطفال والشباب بصفة خاصة ، باعتبارهما أكثر الشرائح الاجتماعية تأثراً بما يقدم لهم من مضامين .

وفي المقابل ، يوجد قطاع عريض من الجماهير العربية يحرص على القيم والتقاليد العربية ، وبالتالي يحرص على عدم الحصول على البث الفضائي، وهو ما برز من نتائج بحث: « الإعلام الفضائي العربي.. الإنجازات والتحديات » : حيث اتفقت آراء إجمالية عينة البحث على أن من مقدمة الأسباب التي لا تشجع على الحصول على البث الفضائي هو : « عدم ملائمة ما تعرضه بعض القنوات الفضائية مع عاداتنا وتقاليدنا في المنطقة بنسبة ٤٣% ، وأيضاً في مقدمة الأسباب التي لا تشجع على التحول إلى البث الرقمي ( والذي يتيح تعددية القنوات التي يتم استقبالها ) هو : « تعارض بعض القنوات مع عاداتنا وتقاليدنا » بنسبة ٣٢% .

وبالتالي ، فإن الفضائيات العربية تكسب جمهوراً من جانب ، وتخسر جمهوراً من جانب آخر ، وذلك لخروج بعضها على أخلاقيات المهنة في تقديم موادها .. سعياً للانتشار بما يؤثر بالسلب على الفضائيات العربية بوجه عام من خلال امتناع قطاعات من الجماهير عن التعرض للبث الفضائي أو التحول للبث الفضائي الرقمي .

فالثابت ، أن بعض الفضائيات العربية - وبالأخص : « الفضائيات الخاصة تعتمد على ترويج رسائل الترفيه والتسلية والتسطيح والتهميش على حساب الموضوعات الجادة » .

فمن واقع الملاحظات التي رصدها المتابعة الراجية - بالمتابعة التلفزيونية بقطاع الأمانة العامة - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، عن قتاي : دريم ١ ، دريم ٢ ( خلال شهر ديسمبر ٢٠٠٣ - كنموذج ) .

## أوراق العمل

● قناة دريم ١ : تركز في برامجها على برامج المنوعات والكرة والموضة والأغاني ، ويقبل فيها ما يستحق الإشارة إليه من موضوعات .. ورصدت للمتابعة البراجمية عرض لقطات جنسية من خلال أغنية ٥٠ Cent في برنامج ( Tip top ) ( الحلقة التي أذيعت في ٢٠٠٣/١٢/٦ ) .

● أما قناة دريم ٢ : فقد رصدت تقارير المتابعة البراجمية العديد من التحاوزات خلال الشهر نفسه - ومنها :

- الأسئلة « شديدة الإباحية التي لا يجب طرحها على الشاشة » في البرنامج الديني : « صم يتسألون » .

- استخدام مقدم برنامج « على القهوة » عبارات وألفاظ غير لائقة في حلقتي ١٢/٩ ، ١٢/٤ .

- كما رصدت للمتابعة البراجمية « أنه أصبح من المعتاد - في قناة دريم ٢ - تقديم الأعمال الفنية المصرية والأجنبية دون الاهتمام بمحذف المشاهد الخارجة والعارية ، والملاحظة نفسها رصدها للمتابعة البراجمية أيضاً لقناة المهور وهي : أن الأغاني الأجنبية تعرض على شاشة المهور دون أن يتم تنقيتها من المشاهد الجنسية غير اللائقة » .

وأيضاً ، من واقع نتائج دراسة عن اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر ، على عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) مفردة بمدينة : الجزيرة والقاهرة ( من الجمهور ) و (١٥٠) مفردة من الإعلاميين ، برز اتفاق بين عيني الدراسة على « أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على المورثتين : العربية والإسلامية ، وتنحصر في حدود العادات والتقاليد في المجتمع » .

ولا يقتصر الأمر على الفضائيات المصرية الخاصة ، فهناك أيضاً الفضائيات اللبنانية التي تقدم « نموذج حياة حريء يصاحبه خطاب متحرر ومنفتح للغاية » .

إضافة إلى نماذج أخرى من الفضائيات العربية الخاصة - والتي كانت مثاراً للعديد من أوجه النقد عبر الصحافة والدراسات المتنوعة - فيما تقدمه من مضامين هابطة ، نذكر منها نقلاً حديثاً في جريدة الميدان ( المستقلة ) - من مصر - والصادر في ٢٠٠٤/٢/١٢ تحت عنوان : « شاشات الفضائيات تتحول إلى وكر للدعارة » وهو عنوان مثير لنقد حول بعض ما تقدمه الفضائيات العربية ، جاء فيه : « أدى الاتجاه الذي تسلكه الفضائيات العربية هذه الأيام إلى تمكين صفوة الصورة الذهنية التي ارتبطت لدى المشاهد العربي بالاحترام والقدسية لما يجب أن يشاهده على شاشة هذه الفضائيات ، بل أدى الأمر إلى إفساد الذوق العام ، واضمحلال الثقافة لدى الشباب والتأثير بشكل سلبي على

سلوكياتهم التي تنطلق من الثقافة العربية الأصيلة المرتبطة بالمبادئ والثلل والقيم ، ومن ثم الارتباط بالدين .. » ، الفضائيات العربية باتت عبارة عن برامج تسلية وترفيهية رخيصة ، كما تراجعت الفضائيات على تقديم الثقافة الحشة .. » .

ومن واقع نتائج دراسات عديدة لاتحاد إذاعات الدول العربية حول مضامين ما تقدمه الفضائيات العربية ، يتضح ما يلي :

- « أن معظم المضامين الأجنبية التي تبث عبر الفضائيات العربية تقدم العنف والإدمان على المحدرات والممارسات الإباحية ، وإعلاء القيم المادية بشكل أساسي مما يؤثر سلباً على المشاهدين ، وخاصة من فئة الشباب والأطفال .

- أن بعض البرامج المحلية مملّة وبطيئة العرض ، ولا تحمل فكراً جديداً . لذلك ، ينصرف عنها المشاهد العربي إلى المضامين الأجنبية التي غالباً ما لا تتناسب مع ثقافة مجتمعه .

- غياب الهدف السليم في الاستعانة بمضمون أجنبي - وهو الانفتاح على الثقافات الأجنبية ، وعدم ترك المشاهد العربي أحادي التفكير منطلقاً على حضارته وثقافته فقط - فلقد جاءت الاستعانة بالمضمون الأجنبي بهدف ملء ساعات الإرسال الطويلة التي خلقتها عملية امتلاك الدولة الواحدة أكثر من قناة فضائية ، وهذا أدى إلى غياب صفة الانتقائية من المضامين الأجنبية المختارة . وعاصمة أن هناك مفهوماً خاطئاً هو : أن الأخبار والأحداث العامة هي المضمون الذي نخشى على ثقافتنا الوطنية منه ، لكن في الواقع أن الثقافة تتأثر أساساً بأفلام السينما والمضمون الترفيهي من دراما ورقصات وأزياء وأغانٍ . وأن خطورة هذه المشكلة تتفاقم في ظل ارتفاع نسبة الأمية في العالم العربي .

- أن التحدي الخارجي للفضائيات العربية هو في كيفية غاطية الرأي العام الغربي الذي يحتفظ بصورة نمطية سلبية عن العرب .. وعلى الرغم من أن بعض الدول العربية تمتلك أو توجه بشكل مباشر أو غير مباشر أكثر من قناة فضائية ، إلا أن أهداف إنشاء بعض القنوات الفضائية العربية « لا تكون واضحة في أذهان مالكيها » .. وفي ظل عدم وضوح الهدف وقلة الإنتاج البرامجي المحلي أو العربي ، تكون هناك صعوبة بالغة في وضع خطة برامجية شاملة ومتوازنة .

والخلاصة العامة هي : « شاشة فضائية تعاني من تكرار المضامين الأجنبية من ناحية أو المضامين المحلية من ناحية أخرى ، وكلاهما له عيوب : فالمضامين الأجنبية لا تتناسب عادة مع عادات وتقاليده الشعوب العربية ، والمضامين المحلية تكون - عادة - مفرقة في المحلية ، بحيث تؤدي إلى ملل المشاهد العربي ، وبالتالي انصرافه إلى القنوات الأخرى ... » .

وتجدر الإشارة إلى عامل مهم ساهم في التأثير على مضامين ما تقدمه بعض الفضائيات العربية ، وهو أن تزايد عدد الفضائيات العربية تبعه تدخل رأس المال الخاص في المجال التلفزيوني ( وهو ما يتضح في تزايد عدد الفضائيات العربية الخاصة) بما أدى إلى «سيطرة المصالح التجارية على العمل التلفزيوني» بحيث حل الربح محل المصلحة العامة .. وترتب على ذلك تدني مستوى البرامج « بدلاً من أن تكون المنافسة حافزاً على رفع مستوى البرامج » والتركيز فقط على الإهمار والإثارة ، سعياً لجلب مزيد من الإعلانات التي تعتمد عليها هذه القنوات في تمويلها أو زيادة عدد المشتركين في استقبال هذه القنوات .. بالنسبة للقنوات المشفرة ، والتي تعتمد على الاشتراكات مقابل وصول الخدمة أو الدعم غير المنظور من بعض الشركات والمهيئات مقابل تحقيق مصالحها ، وامتداد هذا التأثير إلى الأخبار ، حيث أصبحت الأخبار « سلعة معروضة في السوق الحر ، وهو سوق تلعب المنافسة فيه دوراً رئيسياً » .. ومن هنا ، تعتمد الفضائيات الإخبارية الخاصة على أن تكون الأخبار جذابة ومشيرة وغير مسبوقة ، وتتمتع أساساً بالسبق على حساب الصدق والموضوعية ، أو التركيز على جوانب معينة من الأحداث بحكم ما تحمله من إثارة ، يصرف النظر عما يمكن أن يترتب عليه من تغطية إخبارية غير عادلة .

وأمامنا نموذج من الفضائيات العربية الإخبارية الخاصة : « قناة الجزيرة » .. والتي أثارت جدلاً واسعاً حول توجهاتها ، على الرغم من الاتفاق على كفايتها من حيث حرفية العمل الإخباري . وهي من واقع نتائج البحوث . القناة الإخبارية الأكثر مشاهدة على مستوى الجمهور العربي - وهناك فضائيات إخبارية أخرى متميزة مثل : شبكة الأخبار العربية ( ANN ) وقناة النيل للأخبار . ومع ذلك ، تبقى قناة الجزيرة موضع جدل فيما تقدمه من برامج إخبارية وعلى سبيل المثال : فإن عديدًا من الدول العربية كجهات رسمية - احتجت على قناة الجزيرة وتحديداً برنامج «الاتجاه المعاكس» .. وفي المقابل ، فإن رد مسعول قناة الجزيرة هو أنهم قد استقروا على كسر المنوعات العربية وإتاحة الفرصة للجميع لإبداء آرائهم مهما كانت قاسية ، ولم يقتصر الجدل حول هذه القناة على الأنظمة العربية ، بل إنه امتد إلى الصحافة ووسائل الإعلام - بين آراء مؤيدة وآراء مهاجمة .

ومن واقع ما انتهت إليه الدراسات المتنوعة حول الفضائيات العربية ، تبدو الدعوة ملحة لوجود معايير وضوابط تلزم بها الفضائيات العربية فيما تبثه من مضامين عبر البرامج والمواد المتنوعة ، وهي لا تعنى المساس بالحرية الإعلامية لهذه القنوات ، وإنما هي معايير وضوابط ترتبط بأخلاقيات المهنة بوجه عام .



والمشكلة في مجملها لا تتصل بالفضائيات العربية فقط ، وإنما تتصل باستخدام التكنولوجيا الحديثة بوجه عام ، سواء القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية أم شبكة الإنترنت ، ويرتبط ذلك بعدم وجود بعض التشريعات أو القوانين السياسية والأخلاقية التي تنظم التعامل مع بعض الوسائل التكنولوجية الحديثة ، مثل : شبكة الإنترنت ، أو الأقمار الصناعية التي قد ينشأ عنها استخدامات غير أخلاقية لمثل هذه الوسائل ، مثل بث أى مضامين هابطة ومنافية للأداب العامة والأخلاق ، كالذى يحدث على شبكة الإنترنت أحياناً فضلاً عن عمليات القرصنة الفضائية للإنتاج ، الذى يذاع على الفضائيات أحياناً .

ولكن .. لتكن البداية بالفضائيات العربية .. التي تحمل الهوية العربية - بقيمتها ومبادئها وأخلاقياتها - في الفضاء ولها دور بالغ الأهمية في حماية هذه الهوية .

لنحو التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائي العربي ، تلجأ إلى الفضائيات العربية في إطار أخلاقيات المهنة :

إن مبادئ أخلاقيات مهنة الإعلام .. أمر متفق عليه وموثق في عديد من موثائق الشرف الإعلامية والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي .. وهي تتصل بطبيعة مهنة الإعلام ، فهي مهنة تتمتع « بقوة المعرفة » .. تلك القوة توظف أساساً في خدمة تنمية القدرات للمعرفة للإنسان ، وبالتالي فإن « تأثيرها على حياة الأفراد والجماعات ، وكذلك على صناعة القرار وعلى التوازن الاجتماعى ، هو في تزايد متواصل » .. ولأن قوة المعرفة التي تتمتع بها مهنة الإعلام تنعكس مباشرة على حياة الإنسان ، فلا بد أن تخضع هذه القوة لضوابط اجتماعية وأخلاقية . وفي هذا الإطار ، يمكن تحديد ثلاثة محاور رئيسية للسلوك المهني الإعلامي : « قوة للمعرفة ، القدرة على التحكم الذاتي ، الشعور بالمسؤولية تجاه الرأي العام » .

وفي عصر الفضائيات وشبكات المعلومات تضخمت « قوة للمعرفة » في طوفان اتصال معلوماتي ، مما تزداد معه أهمية وضع ضوابط لاستخدام هذه القوة المعرفية وبخاصة في الفضائيات ، وأيضاً شبكة الإنترنت ، فنحن نعيش في عصر يتسم بتصاعد ثقافة الصورة وتزايد نفوذ اللغة المرئية ودلالاتها .

ويمكن بلورة أخلاقيات مهنة الإعلام في هذا العصر بمفهوم « الحرية الإعلامية المستقلة » فالحرية الإعلامية ضرورية لممارسة مهنة الإعلام من منطلق حرية الرأي والتعبير وحرية الإبداع والمسؤولية الإعلامية هي جوهر قوة الحرية الإعلامية ، فلا حرية إعلامية مطلقة ، حيث إن هذه الحرية تكتسب

## أوراق العمل

قومها من خلال عدم إساءة استخدامها - كما يحدث من بعض الفضائيات العربية ، التي تستخدم شعار الحرية كمير لما تبثه من مضامين هابطة .

ومن منطلق الثوابت الخاصة بأخلاقيات المهنة : « فإن التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائي العربي تلزم بما الفضائيات العربية يتطلب مراعاة الجوانب التالية :

أولاً : أن يكون تعميق ارتباط الإنسان العربي بجلوره الأصيلة واجباً والتزاماً مشتركاً بين جميع الفضائيات العربية .

ثانياً : الحرص على الالتزام بالصدق والموضوعية في البث الإخباري ، وفي معالجة كافة القضايا المرتبطة بالعالم العربي ، أو القضايا الدولية بوجه عام .

ثالثاً : أن تكون حرية التعبير والإبداع في إطار من القيم والأخلاقيات العربية والإسلامية .

رابعاً : أن تكون قضية بناء وتنمية الإنسان العربي في مقدمة اهتمامات الفضائيات العربية في كل ما تبثه من مضامين ، فيما تتناوله من موضوعات وقضايا بكل أشكالها الفنية المختلفة ، وتقديم الجرعة المناسبة للتوازن بين طرل معادلة الأصالة والمعاصرة من البرامج الدينية والثقافية والعلمية والاقتصادية والترفيهية والبرامج للموجهة لكافة الشرائح العمرية والفقرية .

خامساً : الحرص في الإنتاج الإعلامي العربي للفضائيات العربية أن يكون متميزاً من حيث الشكل الفني والموضوعي ، قادراً على الإهمار والدخول في منافسة مع أرقى مستويات الإنتاج الإعلامي ، والأهم أن يكون من حيث الوفرة بحيث يفي بكافة احتياجات الفضائيات العربية بما يوفر السبيل العربي الكامل دون الاستعانة بالمواد الأجنبية ، أو ترويح قنوات أجنبية - معتمديات الاستثمار - وبحيث تكون الاستعانة بالمواد الأجنبية فقط الإيجابية المضمون منها .

سادساً : الالتزام فيما يث من مضامين عبر الفضائيات العربية ، أن تثرى الفكر والوجدان العربي بألوان الإبداع الراقى ، والمبادئ والقيم الدينية الأصيلة ، وكل ما من شأنه المساهمة في بناء التقدم والقدرة الذاتية للأمة العربية .

سابعاً : الالتزام فيما يث من مضامين أن تحمي العقل العربي من الاختراق ، وكل ما يهدد المجتمع العربي من مؤامرات تستهدف النيل من استقراره .. من خلال محاربة ظواهر الإرهاب والتطرف والجريمة بشكل عام ، والمخدرات ، وكل ما يشيع الانحلال والتفسخ الأخلاقي .

وأخيراً .. فإن التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات البث الفضائي العربي في شكل « ميثاق شرف للفضائيات العربية » يمكن أن يتحول إلى واقع من خلال تفعيل دور « لجنة التنسيق بين الفضائيات العربية » ، والتي شكلت منذ عام ١٩٩٥ ، وهي تتبع اتحاد إذاعات الدول العربية ، وتضم في عضويتها ممثلين « للقنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة التي تبث قنوات فضائية ، أو تعيد بث قنوات فضائية عربية على شبكاتها ، وكذلك الإدارة العامة لشئون الإعلام في جامعة الدول العربية ، والإدارة العامة لاتحاد إذاعات الدول العربية والمؤسسة العربية للاتصالات الفضائية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم » .. بحيث تتولى هذه اللجنة إعداد ميثاق الشرف المقترح ، الذي يضم ضوابط ومعايير للبث الفضائي العربي .. والأهم هو تضمين هذا الميثاق « آلية » لمراقبة من يخرج على حدود أخلاقيات المهنة في الفضائيات العربية .

## الخاتمة والتوصيات

إن طرح قضية أخلاقيات المهنة في الفضائيات العربية هو جزء من كل شامل ، في ظل ما نعاشره من « نغمة إعلامية معلوماتية » وبخاصة : المعلومات للرئية التي تبت من الفضائيات ومن شبكة الإنترنت ، فأصبحنا نشاهد حروباً إعلامية ومعلوماتية شرسة ، تستخدم فيها كافة الأسلحة - الإعلامية المعلوماتية - بمختلف أشكالها ومقوماتها الفنية وهي أسلحة تصوب نحو عقل الإنسان وفكره ووجدانه وقيمه ومعتقداته وسلوكياته ، فالقضية هي قضية أخلاقيات البث الإعلامي والمعلوماتي بوجه عام ، سواء على المستوى الدولي أم الإقليمي أم الوطن .

وتزداد أهمية هذا الطرح في أنه من الصعب التحكم في كم أو نوع الرسائل والمعلومات التي يتعرض لها الإنسان كل يوم ، ومن الصعب أيضاً التحكم في حدود حريات الإبداع والتعبير ، وإثماً من الممكن الالتزام بأخلاقيات المهنة في البث الإعلامي وبخاصة : الفضائي .

ولكن ، لكى يكون هذا الالتزام « واقعاً » و « كاملاً » فمن الأهمية وضع صيغ جديدة لأخلاقيات البث الإعلامي تواكب روح العصر ومعطياته ، وتضع في اعتبارها كافة الاعتبارات الخاصة بالمنافسة في الفضاء والحروب الإعلامية والمعلوماتية الشرسة عبر الفضائيات وشبكات المعلومات .

لنن المهم في هذا المجال :

- تطوير القوانين والمواثيق الإعلامية التي تحكم عمل أجهزة الإعلام الوطنية والإقليمية والدولية ، بحيث تشمل في بنودها ومبادئها المستحدثات والمتغيرات الجديدة « الإعلامية والمعلوماتية » ، وأن يراعى في صياغتها وجود نصوص تكفل « عنصر الالتزام » - بصورة أكثر حسماً - بهذه المواثيق .
- أن تكون هناك « آلية » للمتابعة الدورية لمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة - من خلال أجهزة خاصة تتولى هذه المهمة سواء على المستوى الوطنى أم الإقليمي أم الدولى .
- وضع ميثاق دولى لأخلاقيات المهنة .. إلى جانب المواثيق الوطنية والإقليمية .. حتى يكون هناك التزام جماعى بأخلاقيات المهنة على المستوى الدولى .

## قضايا المرأة في الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية قناة الجزيرة العربية « كعالة »

إعداد : سوسن الدويك

### مقدمة :

**يلعب** الخطاب الإعلامي دوراً جديراً بالدراسة ؛ لمعرفة مدى قدرته على توجيه الفكرة ونقبضها ، خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة ، وذلك للدراسة إلى أى مدى قد تحقق للخطاب الإعلامي العربي ما من شأنه إعلاء مفاهيم وأفكار تحسن وضع المرأة العربية ومكانتها وصورها في الإعلام . أم تكرر لمفاهيم تقليدية تجر المرأة العربية للحلف ، وتقدم الفكرة الكلاسيكية نفسها عن دور المرأة ، ومكانتها في المجتمع ، وكيفية تعامل المجتمع معها في إطار قضاياها الملحة .

ومن هنا ، تأتي أهمية هذه الدراسة التي تعنى برصد وتحليل عناصر الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية في تناولها لقضايا المرأة العربية . واتخاذ قناة الجزيرة الفضائية نموذجاً كدراسة حالة .

وبعد دراسة استطلاعية لما تقدمه هذه القناة الفضائية (الجزيرة) برز اختلاف كبير يكاد يصل إلى حد التناقض في الخطاب الإعلامي بين برامج القناة في إطار تناولها لقضايا المرأة ، وهما : برنامج "للنساء فقط" ، وبرنامج "الشريعة والحياة" .

وقد تناولت الدراسة تحليل الخطاب لنص عشر حلقات من البرنامجين بنسبة خمس حلقات من كل برنامج ، كدراسة حالة للكيفية التي تم بها معالجة وتناول قضايا المرأة من قبل الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية في قناة واحدة : "قناة الجزيرة الفضائية" ، ومقارنة توجه واتجاه ونوع الخطاب المقدم من كسل برنامج ، للكشف عن مدى الاختلاف أو الاتفاق بين البرنامجين ، المفترض أنهما يقدمان إستراتيجية إعلامية واحدة لقناة تلفزيونية فضائية واحدة . . في تناولها لقضايا المرأة العربية .

وتهدف هذه الدراسة : تعرف العوامل المؤثرة على بناء الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية المتعلقة بقضايا المرأة ، والمتتمثلة في القوى الفاعلة ، والأطر المرجعية ، ومسارات البرهنة .

---

(\*) مدير تحرير مجلة « المحيط الثقافي » ، نائب رئيس تحرير « مجلة الإذاعة والتلفزيون » القاهرة .

وتحددت الأهداف في تعرف أوجه الاتفاق والاختلاف في توظيف هذه العناصر ، ومدى تميز الخطاب الإعلامي بأشكاله المختلفة عند معالجة هذه القضايا ، وهل لصالح تقدم المرأة؟ أم لتكريس سوء أوضاعها في المجتمع العربي؟ من خلال عينة عشوائية بلغت عشر حلقات من برنامجي : «للنساء فقط» ، و«الشريعة والحياة» ، وهل للخطاب السياسي أم للخطاب الديني ، أم لكليهما التأثير على هذا الخطاب الإعلامي؟

### الإطار النظري

- تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية تحليل الإطار الإعلامي «Framing Analysis»، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام ، وتقديم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار ، والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا مما يفيد في الظاهرة محل الدراسة وهي قضايا المرأة في الفضائيات العربية .

- ويستند نموذج الإطار إلى دعامتين أساسيتين ، تساهمان إلى حد بعيد في بناء تصور إعلامي عن القضية أو صورة إعلامية للأطراف الفاعلة في هذه القضية ، وهما :

(١) الإطار Frame الذي تتناول من خلاله وسائل الإعلام قضية ما ، والجوانب التي تبرزها وتوليها الاهتمام .

(٢) الكيفية التي تعالج بها وسائل الإعلام مختلف القضايا وتطورات هذه المعالجة بهدف تشكيل رأى عام موال لموقفها تجاه هذه القضايا وبناء صورة معينة عنها .

فمفهوم وضع الإطار يعني اختيار بعض الجوانب من الواقع وجعلها أكثر بروزاً من غيرها من المضمون الإعلامي .

ومن هنا يمكننا تطبيق هذا المدخل على تحليل الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية إزاء قضايا المرأة وتحديد على برامج قناة الجزيرة الفضائية وكيفية تناولها هذه القضايا .

فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة .

والإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمداً لبعض جوانب القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي ، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة ، وتحديد أسبابها ، وتقييم أبعادها ، وطرح حلول مقترحة بشأنها .

وهناك أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي ، هي :

١- تحديد المشكلة أو القضية بدقة De Fine Problem

٢- تشخيص أسباب المشكلة Diagnose Causes

٣- وضع أحكام أخلاقية Moral Judgements

٤- اقتراح سبل العلاج Suggest Remedies

وفي دراستنا السبق تتناول قضايا المرأة في الفضائيات العربية ، حيث تتناولها الفضائيات في إطار خطاب سياسي وعطاط ديني ، ومن ثم مضمون الخطاب الإعلامي ، ومدى تأثره بمذنبين الخطابين يصبح هو المشكلة . ويمكن إيماء السبب في ذلك إلى وجود خطابين أحياناً بل كثيراً ما يكونان متناقضين ومشوشين ، سواء في ذهن القائم بالاتصال أم للتلقي . وقد يكون اقتراح سبل العلاج من خلال المعالجات الإعلامية باستعمالها إطار مرجعي ديني أو سياسي وتركيزها على حجج تخص الجمهور توحى إليه بالما تعبر عن مصالحه ، وقد تكون الاقتراحات سبل العلاج لإحداث مزيد من التوعية الدينية ، والتوعية السياسية أو سن قوانين جديدة أو توقيع معاهدات دولية تهتم بقضايا المرأة أو غير ذلك .

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية ، هي :

١- البناء التركيبي الشكلي للقضية Syntactical Structure .

٢- الفكرة المحورية The matic Structure .

٣- الاستنتاجات الضمنية The torical Structure

ويجب التفريق بين نمطين أساسيين للأطر الإعلامية ، هما :

١- الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة Episodic Frame وهو يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ، كقوانين عديدة مثل: قوانين الأحوال الشخصية تخص الطلاق أو الخلع مثلاً ، أو عرض أحوال المرأة في إطار تقرير مثل: تقرير التنمية الإنسانية والبشرية .

٢- الإطار العام Thematic Frame وهو على العكس من السابق: يعالج القضايا في سياق مجرد ، أو يتسم بتناول أبعاد القضية مثل: إرجاع قضية عمل المرأة إلى الأسباب السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة أو قضية مشاركة المرأة السياسية وربطها بقضية الديمقراطية عامة .

وتشير دراسات عديدة سابقة إلى أن استخلاص الجمهور لأسباب قضية أو مشكلة ما وسبل علاجها ، يرتبط إلى حد كبير بنوع الإطار الإعلامي الذي يستخدمه القائم بالاتصال في شرح أبعاد تلك القضية .

ويتحكم في تحديد الإطار الإعلامى خمسة متغيرات أساسية ، هى :

١- مدى الاستقلال السياسى لوسائل الإعلام .

٢- نوع مصادر الأخبار .

٣- أنماط الممارسة الإعلامية .

٤- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال .

٥- طبيعة الأحداث ذاتها .

### الدراسات السابقة :

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى ثلاثة أقسام : يختص القسم الأول بالدراسات الخاصة بالمرأة (صورتها) ، قضاياها ، برامجها في وسائل الإعلام المختلفة ، والقسم الثانى بدراسات تحليل الخطاب الإعلامى .

أما القسم الثالث فيختص بالإستراتيجية الإعلامية وصانع القرار والقائم بالاتصال .

### أولاً : الدراسات الخاصة بالمرأة وقضاياها في وسائل الإعلام :

١- دراسة «عواطف عبد الرحمن» عن : صورة المرأة في الإعلام العربى من خلال مضمون المواد الإعلامية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية (١٩٨٢) ، وهى دراسة تطبيقية اعتمدت على أسلوبين لجمع البيانات وتحليل المادة الإعلامية الخاصة بالبحث ، وهما : أسلوب تحليل مضمون المواد الإعلامية المتعلقة بالمرأة ومقابلات مع القيادات النسائية في مجال الإعلام المصرى وبعض الطالبات الخليليات بالقاهرة .

٢- دراسة «سهى عبد القادر» حول صورة المرأة في الدراما ، وبرامج المرأة في التلفزيون المصرى (١٩٨٢) استهدفت توضيح صورة المرأة من خلال ثلاثة أبعاد : (التمثيل ، وإهمال الاجتماعى والاقتصادى ، والهوية الشخصية) وتبين أنها تصور المرأة كربة بيت ، وكأم ، ثم كعضو عامل في المجتمع .

واتفقت برامج المرأة مع الدراما في توجيهها إلى الطبقة العليا وفوق المتوسطة .

٣- دراسة «منى الحديدى» ، الاهتمام البرامجى بالمرأة المصرية ، حول : الاهتمام الإذاعى والتلفزيونى بالمرأة من خلال برامجها (١٩٨٥) ، استهدفت : تعرف حجم برامج المرأة بالنسبة لإجمالى الإرسال الإذاعى والتلفزيونى بين مواعيد بث تلك البرامج ، وماعية الجمهور المستهدف ، وقد بلغت نسبة برامج المرأة على القناة الأولى ٣,١% بالنسبة للإرسال الأسبوعى الكلى ، وتأتى جميعها في فترة الإرسال الصباحية ، وتبلغ نسبة برامج المرأة في القناة الثانية ١٨,١% من جملة الإرسال الأسبوعى للقناة ، وهذه البرامج تقدم قطاعى المرأة العاملة وغير العاملة .



٤- دراسة «حمى وزملائه» (١٩٨٤) أشارت إلى : السمات الشخصية التي تعكسها وسائل الإعلام عن المرأة باعتبارها سلبية وتابعة ، خاضعة ، ضعيفة ، عاطفية ، أكثر دفئاً وأصغر سناً ، كما أنها غالباً ما تقدم كمرز للحسن ، مقابل تصوير الرجل قوياً ومسيطرأً ، ومستقلاً ، وإيجابياً ومفكراً .

٥- دراسة «عدلى رضا» (١٩٨٤) توصلت إلى : أن نسبة ظهور الذكور في المسلسلات العربية تبلغ ٦١,٩% مقابل نسبة ٣٨,١% للإناث ، كما يحظى الذكور بمستوى تعليمي واقتصادي أعلى من الإناث ، وأظهرت الدراسة أيضاً أن أهم مهن النساء خارج المنزل هي طالبة ١١,١% وطبيبة ٧,٤% ، ومهندسة ٥,٥% وخادمة ٣,٧%.

٦- دراسة «فوزية فهمي» (١٩٨٦) حول : الإعلام والمرأة وتهدف إلى تعرف الصورة التي تقدم بها المرأة من خلال المواد الإذاعية والتلفزيونية ، ومقارنتها بالواقع الفعلي للمرأة المصرية ، وقد أشارت الدراسة إلى تفوق ظهور الرجل في الأعمال الدرامية سواء الإذاعية أم التلفزيونية عن نسبة ظهور المرأة ، وأن معظم الأدوار التي ظهرت فيها المرأة كانت ثانوية أو ضعيفة إلى جانب الأدوار غير اللائقة التي تتناقض مع واقع المرأة المصرية في الحياة الاجتماعية .

٧- دراسة «عصام الدين فرج» (١٩٨٨) حول : صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري مع دراسة تحليلية لإعلانات التلفزيون المصري عام ١٩٨٥ وأشارت النتائج إلى أن المرأة عادة ما تقوم بالوظائف التقليدية أو الاستهلاكية ، وأهم سمات شخصيتها في إعلانات التلفزيون هي سمة الجمال بنسبة ٧٦% ، واقتصرت ظهورها على كونها ربة منزل أو طالبة مما يعزز الصورة التقليدية للمرأة ، بينما لم يظهر الرجل مودياً أفعالاً منزلية ، وكان ظهور المرأة أكثر من الرجل في تقلد وظائف : موظفة ، ممثلة ، مدرسة ، راقصة .

٨- دراسة «نادية سالم» (١٩٩٠) حول : للمرأة العربية ووسائل الإعلام ، وقد اهتمت الدراسة باستعراض عدد كبير من الدراسات السابقة ، والتي تعرضت لكيفية تناول وسائل الإعلام للمرأة والأدوار التي تقوم بها ، وأشارت النتائج إلى أن معظم وسائل الإعلام تهتم بإبراز دور المرأة كأم وربة منزل ، وتهمل دور المرأة الريفية ولا تهتم بمشكلاتها ، كذلك لا تهتم بمشاكل الغالبية العظمى من النساء ، وخاصة في المناطق الشعبية والريفية والفقيرة .

٩- دراسة «أديب حضور» (١٩٩٧) حول : صورة المرأة في الإعلام العربي ، وخلصت الدراسة إلى : أن أبرز ملامح صورة المرأة التي يقدمها الإعلام النسائي في وسائل الإعلام العربية إنما أثنى جميلة مغربية ، ومشتهاة ، وأنها أم بالمفهوم التقليدي ، وزوجة بالمفهوم الخاضوعى للأمومة ، وأنها المرأة التابعة في منزلها ، وأنها سلبية وضعيفة ، وعاطفية ، وانفعالية ، وأخيراً إنما ذاتية .

١٠- دراسة «أماق فهمي» (١٩٩٧) حول : دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ، وتوصلت الدراسة إلى : أن هناك علاقة ارتباط إيجابي بين التعرض ودوافع الحصول على المعلومة والنسبية وقضاء وقت الفراغ، في حين لا توجد علاقة بين التعرض ودافع الصحة ، كما أشارت النتائج: إلى وجود علاقة ارتباط بين التوافق النفسي والاجتماعي ودوافع الحصول على المعلومة والنسبية والصحة لدى المرأة المصرية .

١١- دراسة «لورا أشلي» و «بت أولش» (١٩٩٧) ، وتهدف إلى : دراسة الحركة النسائية التي تطالب بالمساواة مع الرجل في الحقوق والجماعات المناهضة للحركة النسائية في المجتمع الأمريكي ، من خلال ما توليه وسائل الإعلام من اهتمام بهذه الحركات ، وتوصلت الدراسة إلى : أن الحركة النسائية في المجتمع الأمريكي حظيت باهتمام ضعيف من قبل الصحف والمجلات ، فقد أبرزت وسائل الإعلام الحركة النسائية على أنها تفتقر إلى التنظيم ، وأنها تستخدم شعارات رنانة في حين أبرزت المعارضين لها على أنهم يعملون للحفاظ على سلامة الأسرة والكيان الأمريكي ، هذا إلى جانب أن وسائل الإعلام تجاهلت أهداف الحركة النسائية وركزت على تفاصيل هامشية مثل : الأزياء والملكياج .

١٢- دراسة «عواطف عبد الرحمن وآخرون» (١٩٩٩) حول : المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر ، حيث تهدف إلى تعرف الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تنمية المرأة المصرية وتطوير وعيها بمقوقها ومسؤولياتها المجتمعية ، بما يكفل تصحيح صورتها الإعلامية وتلبية احتياجاتها الاتصالية ، وضمان مشاركتها في تنمية ذاتها والنهوض بمجتمعها .

وأشارت أهم النتائج إلى : أن وسائل الإعلام الجماهيري لم تهتم في مصر بشكل عام بقضايا المرأة والتنمية بالقدر الكافي وللطلوب .. كذلك ظهر من التحليل الغياب شبه الكامل للاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية ، وأن الملامح الغالبة على صورة المرأة المصرية كما قدمتها وسائل الإعلام الجماهيري في مصر تتمثل في النظرة للمرأة كائنات وليس إنساناً يرتبط بمشكلات مجتمعه . وأن وسائل الإعلام الجماهيري عند الإذاعة، في معظم الأحيان ، لم توفق في الكيفية التي عاجلت بها قضايا المرأة المصرية وخاصة المرأة الريفية .

١٣- دراسة « آمال حسن محمد الغزالي» حول : القضايا التي تعالجها برامج المرأة في التلفزيون المصري حيث أثبتت الدراسة التحليلية أن هذه البرامج تخاطب الأسرة كلها في المرتبة الأولى ، كما أوضح القائمون على برامج المرأة أن أهم الأهداف التي يسعون إلى تحقيقها من خلال البرامج : إرشاد المرأة لسبيل التوفيق بين أدائها لأدوارها في المنزل والعمل بنسبة (١١,٨٥%) وأبرز دور المرأة في ترشيد الاستهلاك (١١,٨٥%) من إجمالي إجاباتهم على النقيض ، وردت الموضوعات

السياسية في المرتبة الثالثة عشرة في الصحافة والراديو بنسبة ٢,٣% ، ٣٢,٠% على التوالي بينما لم تستعرض لها برامج المرأة في التلفزيون .. ، ويعد هذا قصوراً من جانب تلك الوسائل لما لأهمية مشاركة المرأة السياسية في المجتمعات النامية ، والتي تعزقها النظرة الرجعية من المجتمع لعمل المرأة السياسي ، مما جعل الكثيرون نتيجة لنقص الوعي يتنازلن عن حقوقهن .

١٤- دراسة « من الحديدي » (٢٠٠٠) : "الدور الوظيفي للإعلام المصري في حلقة قضايا المرأة " ، حيث أشارت إلى أن اهتمام وسائل الإعلام بالمرأة ليس على القدر الكافي أو الملائم وخاصة في نمطية المعالجة ، وتقليدية تناول لقضايا المرأة المصرية والتي تتمثل في التركيز على بعض القضايا الثانوية أو التقليدية دون الخوض في جوهر قضايا المرأة ومشكلاتها ، أو إهمال الموضوعات التي تساهم في تنمية المرأة ، واستشارة قدراتها للمشاركة الإيجابية ، فضلاً عن التركيز على اهتمامات ومشكلات الشرائح العليا من نساء العاصمة والمدن ، وعلى مشكلات المرأة في مرحلة الخصوبة والإنجاب دون الاهتمام بمشكلاتها في المراحل العمرية التالية .

١٥- دراسة «رويا أمافان» و «چيو تيكاراما براساد» (٢٠٠٠) حيث ركزت الدراسة على : التعرف على مدى اهتمام الصحف اليومية الأمريكية بتغطية أحداث مؤتمر الأمم المتحدة الرابع للمرأة ، ومنتدى المنظمات والجمعيات غير الحكومية عن قضايا المرأة ، والذي عقد في الصين خلال شهري أغسطس وسبتمبر (١٩٩٥) .

وأشارت النتائج إلى أن الصحف الأمريكية اهتمت اهتماماً كبيراً بتغطية أحداث المؤتمر حيث قدمت ١١٤ قصة خبرية عنه ، إلا أنها لم تركز على قضايا المرأة المحورية ، والتي سعت الحركة النسائية نحو تشكيل وعي عالمي لها ، واقتصرت تركيزها على موضوعات فرعية ، مثل : تغطية أنشطة السيدة (هيلاري كينتون) ، وإبراز الخلافات والجدل بين الوفود للمشاركة في المؤتمر .

وبعد استعراض معظم دراسات تحليل المحتوى لوسائل الإعلام حول قضايا المرأة وصورها ، نجد أن معظم بحوث تحليل محتوى وسائل الإعلام العربية - وخاصة التلفزيون - تكريس الصورة النمطية (Stereotyping) للإناث والذكور ، حيث نرى النساء على الشاشة في وضع أقل من الرجل بوجه عام ، ويقمن بأدوار رئيسية أقل ، وقد انعكس ذلك في دراسات تحليل المضمون في معظم الدراسات السابقة .

كما كشفت دراسات تحليل المحتوى في الأدبيات الأجنبية عن السمات الشخصية للمرأة باعتبارها سلبية وتابعة ، عاطفية تهتم بمظهرها حتى في المجتمع الأمريكي تجاهلت أهداف الحركة النسائية وركزت على الأزياء والمكياج ، ولم تتناول القضايا المحورية التي هم المرأة أو هم بمشاركتها في العمل العام .

### ثانياً : الدراسات الخاصة الإستراتيجية الإعلامية ، وصانع القرار والقائم بالاتصال

١٦- دراسة «ياسين لاشين» (٢٠٠١) وهى: بحث إستراتيجى لدراسة عمليات صنع القرار بوسائل الإعلام باستعداد مستويات تحليل متعددة .

تناولت هذه الدراسة العوامل المؤثرة على صناعة القرار داخل الوسائل الإعلامية من خلال التركيز على عدة تساؤلات أساسية وهى :

أ - لماذا تتجح بعض الوسائل وتفشل وسائل أخرى؟

ب - لماذا تقوم وسائل الإعلام بإذاعة أو نشر مضامين معينة ، وتتجاهل مضامين أخرى ؟  
وأشارت الدراسة إلى عدة عوامل ، منها : الضغوط الدولية والضغوط التنظيمية والضغوط الفردية ، وأن الوسائل الإعلامية ظاهرة معقدة ، عليها أن تستجيب إلى احتياجات ورغبات الجماهير بمواد وأشكال إعلامية مختلفة عما كان سائداً من قبل .

١٧- دراسة « سعيد السيد » (١٩٩٥): عملية صنع القرار فى النظام الإعلامى المصرى ، أجريت هذه الدراسة بهدف تعرف أهم العوامل والمؤثرات التى تتدخل فى صناعة القرار فى النظام الإعلامى الإذاعى المصرى .

وجددت الدراسة أن جهاز اتحاد الإذاعة والتلفزيون قد اتسم بسيطرة البيروقراطية عليه ، مما أثر على فاعلية الجهاز وكفاءته بدرجة كبيرة ، على الرغم من أن القانون الذى يحكم الاتحاد اعترف بالطبيعة الخاصة لهذا الجهاز ولم تلزمه بالتقيد باللوائح أو القوانين .

### مشكلة البحث :

تتلور مشكلة البحث حول: رصد وتحليل المرتكزات الأساسية التى قدمها الخطاب الإعلامى لقناة الجزيرة الفضائية كدراسة حالة من الفضائيات العربية تجاه قضايا المرأة العربية ، لدراسة إلى أى مدى تحقق لهذا الخطاب حالة اتساق مع المفاهيم التى تدعو إلى تحسين صورة المرأة العربية وتحسين أوضاعها ، أم أن الخطاب كان على عكس هذه المفاهيم ؟ لاستنتاج إلى أى مدى تبنت قناة الجزيرة خطاباً يحمل فى طبيعته مظاهر الاختلاف فى التوجه ، والذى يصل أحياناً إلى نقض الفكرة ذاتها تجاه القضايا نفسها المتعلقة بالمرأة عبر برناميجها : (للنساء فقط) و (الشرعية والحياة) .

## أهداف الدراسة

من خلال رصد للمشكلة البحثية وضعت الباحثة مجموعة أهداف للدراسة كما يلي :

١- رصد وتحليل الخطابات التي قدمتها قناة الجزيرة الفضائية فيما يتعلق بقضايا المرأة للوقوف على توجهاتها المعلنة ، عن طريق استعراض الأطروحات التي قدمتها الخطابات بشأن قضايا ومحددات الأزمة ، والجمع التي ساقها كل خطاب تدليلاً على صحة الرواياته وتصورات الخطاب المختلفة للأطراف الفاعلة في قضايا المرأة المختلفة .

- رصد وتحليل المعالجات التي قدمها برنامج (للنساء فقط) ومقارنتها بالمعالجات التي قدمها برنامج (الشريعة والحياة) ، للوصول إلى محددات دقيقة بشأن أسس الاتفاق والاختلاف .

- تحديد مدى تأثير الخطاب السياسي للدولة المالكة للقناة (قطر) على مضمون الخطاب الإعلامي الذي تقدمه القناة .

٢- دراسة مدى الاتساق الداخلي في المعالجات التي يقدمها كل برنامج ، سواء في اتجاه دعم وتبرير الخطاب السياسي أم في اتجاه دحضها وتفنيدها وطبيعة التباينات إن وجدت ، ومن الذي أعلنها من ضيوف البرنامج ؟

٣- دراسة التناقض في الخطاب الإعلامي داخل القناة الواحدة عبر تصارع خطاباتها الإعلامية ، وفي ظل تواجد منظومتين إعلاميتين داخل إستراتيجية إعلامية واحدة في قناة الجزيرة الفضائية ، إحداها (تقدمية) تناقش المشاركة السياسية للمرأة ، بل وفي العمل العسكري ، والأخرى تناقش (ارتداء المرأة للبهنلون) والساحة للمنتزحة لاحتلاطها بالرجال .

٤- وكيف تتم عمليات النفي والإزاحة للمعطيات ، لمنافسة وتأكيد صحة الخيارات الذاتية ؟

٥- رصد الأطر المرجعية التي تستند إليها خطابات البرنامجين في إعلان مواقفهما من قضايا المرأة العربية ، أي رصد الأسس الفكرية التي تركز عليها موقولاتها المقدمة في ظل الأفكار المرجعية ، التي تنطلق منها المعالجات الإعلامية للبرنامجين بالقناة نفسها.

## تساؤلات الدراسة

١- ما الأسباب التي طرحتها الخطابات المدروسة لقضايا المرأة ؟ وما دلالات هذه الأسباب في تحديد توجهات الخطابات الإعلامية المختلفة في إطار تأييد أو مناهضة الأفكار التقدمية للمرأة ؟

## أوراق العمل

- ٢- ما النتائج السلبية والإيجابية بالنسبة لقضايا المرأة طرحها الخطابات المدروسة للحلقات في البرنامج؟ وما دلالات هذه النتائج في تحديد توجهات الخطابات الإعلامية المختلفة في إطار تأييد أو مناهضة أفكار جديدة لتحسين أوضاع المرأة العربية؟
- ٣- ما موقف الخطابات المدروسة من القضايا الفرعية والمقولات التي أفرزتها إثارة قضايا المرأة والتي حدث بشأنها جدل محتم؟ وما مدى اتفاق هذه المواقف أو تباينها مع المواقف المعلنة للخطاب السياسي الرسمي أو الخطاب الديني؟
- ٤- هل شهدت معالجات البرنامج الإعلامية لقضايا المرأة مواقف مخالفة لمواقف دولة قطر المالكة؟
- ٥- ما طبيعة الضيوف لكل برنامج، والتي اعتمدت عليها البرامج في إجراء حلقاتها؟ وما مدى ارتباط ذلك بموقف القناة من قضايا المرأة في إطار توجهاتها السياسية بشأن هذه القضايا؟
- ٦- من هم المصادر (الضيوف) الأكثر إسهاماً، في تشكيل الخطاب والخاص بكل برنامج بشأن قضايا المرأة؟
- ٧- من هم المصادر الداعمون الذين سمح لهم كل برنامج بتقديم أطروحاتهم؟ وما خصائصهم وأسلوب مناقشتهم لهذه القضايا؟ وما مدى اتساقهم مع التوجهات السائدة في كل خطاب لكل نصوص الحلقات المدروسة في البرنامج؟
- ٨- ما الأطر المرجعية التي استندت إليها الخطابات المدروسة في تقديم أطروحاتها بشأن القضايا؟ ومدى تباينها باختلاف المنطلقات الأساسية التي يركز عليها كل خطاب إعلامي؟ وكيف أثرت في تشكيل مواقف هذه الخطابات من قضايا المرأة العربية؟

## الإطار المنهجي للدراسة

تتبنى هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التحليلية، التي تقوم على أساس تشخيص القضية المطروحة، وهي توجه وموقف قناة الجزيرة الفضائية من قضايا المرأة العربية من حيث تحديد ملاحظاتها ومراكزها.

- ١- وقد استخدمت الباحثة (منهج المسح الإعلامي) خاصة في الدراسة الاستطلاعية للبحث، حيث يساعد في اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر التي قد لا يستطيع الباحث الوصول إليها دون مسح، إزاء قضايا المرأة في برنامجي: (للنساء فقط) و (الشريعة والحياة).
- ٢- المنهج المقارن: ويتم استخدامه في هذه الدراسة لتحقيق هدف أساسي يتعلق بإخضاع الظاهرة البحثية لاختلاف نوع الخطاب الإعلامي في قناة واحدة في تركيبها الكلي وعناصرها المختلفة لعمليات المقارنة، على مستوى كل نسق فرعي خاضع للدراسة سواء كان حلقة أو برنامجاً،

برصد طبيعة المعالجات والتوجهات المقدمة داخل كل حلقة من كل برنامج (للتساء فقط) أو (الشرعية والحياة) في معالجتهما لقضايا المرأة من حيث (المواقف ، أسباب الأزمة ، نتائجها ، أدوار القوى الفاعلة وتقييمها) ودراسة مدى التطور وعناصر التباين أم الاتساق تزامنياً .

أما المستوى الثانى للمقارنة فهو الخاص بمقارنة الأنساق الإعلامية والحلقات الخاصة للدراسة من البرنامجين: (للتساء والشرعية) ( بالنسق الرئيسى المحدد والخطاب السياسى والدينى) باعتباره المتغير الأساسى الذى تتم المقارنة على أساسه ، ثم أيضاً المقارنة بين المعالجات الخاصة بالأنساق الإعلامية وخطاب القناة الجزيرة الصادر عنه هذا الخطاب لرصد ملامح الاتفاق فى الموقف أو التباين ، ومحاولة تفسيره فى ضوء اختلاف واقع وسائل الإعلام عن الواقع الخاص بالسياسة والإستراتيجية العليا ، كما تمت المقارنة كذلك على مستويات الحلقات الأنساق الإعلامية ذاتها الخاصة للدراسة ؛ الأمر الذى يسمح فى النهاية بتكوين تصور شامل للظاهرة (موضع الدراسة) ترصد تنوعاتها وجوانبها المتعددة .

دراسة الحالة : قناة الجزيرة من الفضائيات العربية ، حيث يقوم الباحث بتحقيق عروض الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها عن طريق التطبيق على قضية محددة ، هى: قضايا المرأة عبر الفضائيات بما احتوت عليه من القضايا الفرعية والداعلة ، التى تطلبت موقفاً محدداً من مختلف الخطابات الإعلامية من البرنامجين.

وتفطلى دراسة الحالة إمكانية رصد الظاهرة ( موضع الدراسة ) عن طريق تحليل مختلف العوامل المؤثرة فى المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة فى القضايا بالتحديد فى الجزيرة ؛ أى بما يتعلق بطبيعة الوظائف التى لها القناة والمؤثرات التى تحدد طبيعة هذه الوظائف ( نمط ملكية القناة - توزيع الأدوار - دور القائم بالاتصال - الجهات المشرفة عليها ) كذلك دراسة المتغيرات الموضوعية الخارجية ، ونقصد بما تأثروا العوامل الخارجية للمؤثرة فى طبيعة معالجة المنتج الإعلامى مما يسمح بدراسة شاملة ومتكاملة للظاهرة البحثية .

### ثانياً : أدوات التحليل

ومن محال العرض السابق للمفهوم الخاص بالخطاب والمناهج المستخدمة فى الدراسة ، فإن الباحث يستعين بعدد من « المقارنات المنهجية » : الأدوات البحثية « التى » تساعد على رصد وتحليل خطابات الصحافة المصرية وتحقيق أهداف البحث وهى الأدوات الخاصة بالتحليل الكيفى للخطاب ، وهو تحليل يستند إلى كون الخطاب الصحفى رسالة إقناعية تستهدف تثبيت قناعات محددة ، أو تغييرها ، أو تفنيد وجهة نظر مضادة فى مجال حوار تفاعلى تنافسى بين خطابات ، تستند إلى أطر مرجعية متباينة وتتنازع فيما بينها بشأن قضية جنسية .

## أوراق العمل

- ١- تحليل القوى الفاعلة : للكشف عن تصور الخطاب الإعلامي بمجموعة الفاعلين ذوى الأهمية ورصد الأفعال (الأدوار) ، والصفات النسوبة إليهم فيما يتعلق بقضايا المرأة .
- ٢- تحليل الأطر المرجعية : لرصد المنطلقات الفكرية المختلفة للمقولات المترددة داخل الخطاب ، والأسس التى يستند إليها الخطاب الإعلامى بأشكاله المختلفة فى برنامجى : (الشريعة والحياة) و (للنساء فقط) عبر قناة الجزيرة .
- ٣- تحليل مسارات البرهنة : لرصد الأدلة والبراهين التى يثبت بها الخطاب مقولاته المختلفة بشأن قضايا المرأة بهدف التأثير فى رأى العام وإقناعه بها .

## ثالثاً : مجتمع الدراسة :

- ١ - العينة المكانية : قناة الجزيرة الفضائية العربية .
  - ٢ - العينة الزمانية : عشر حلقات من برنامجى : (للنساء فقط) ، و (الشريعة والحياة) .
  - ٣ - العينة الموضوعية : خمس حلقات من برنامج : «للنساء فقط» ، وهى :
    - مفهوم الجندر . . دعوة للمساواة أم للتماثل؟
    - نظرة المجتمع العربى للمرأة المطلقة .
    - المرأة العربية والمشاركة السياسية .
    - المرأة والعمل المسكرى فى العالم العربى .
    - صورة الرجل العربى عند المرأة العربية .
- وخمس حلقات أخرى فى المقابل من برنامج : «الشريعة والحياة» وهى :
- تحرير المرأة فى العالم العربى .
  - المرأة والتنمية . . (يناقش قضية الطلاق) .
  - دور المرأة فى الحياة .
  - قضايا المرأة .
  - تعدد الزوجات حل أم مشكلة ؟



## قناة الجزيرة

### النشأة والتطور

بدأت قناة الجزيرة الفضائية في قطر بثها لأول مرة بتاريخ ١١/١١/١٩٩٦ لمدة (٦) ساعات يومياً . وعلى القمر الصناعى العربى (Arabsat IIA) والقمر الصناعى (Butetsatw2) لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية .

على غرار القنوات الفضائية الإخبارية العالمية المعروفة مثل (CNN) و (BBC) و (Euro News) وغيرها .

وإلى أوائل عام ١٩٩٧ زادت ساعات البث في هذه القناة لتصبح (٩) ساعات يومياً ثم (١٢) ساعة يومياً . إلى أن وصلت ساعات البث اليومي في منتصف عام ١٩٩٧ إلى (١٧) ساعة .

وفي شباط عام ١٩٩٩ بدأت تبث على مدى أربع وعشرين ساعة يومياً . ولم تكف القناة بزيادة ساعات البث اليومي تدريجياً بل زادت مساحة تغطيتها للعالم . فمن مناطق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية ، أصبح بث قناة الجزيرة الفضائية يصل إلى معظم بقاع الأرض بعد أن بدأت منذ انطلاقتها باستخدام البث الرقمي على الموجتين (C/KU) ثم (نظام الكيبل) في الولايات المتحدة ، ودخلت ضمن باقة شبكة (ART) فوصل عدد المشتركين في أمريكا وحدها إلى قرابة مائتي مليون مشاهد حيث تبث إلى شرق الولايات المتحدة ضمن الباقة (٦٤٥) ، كما وصل بث القناة إلى أستراليا وجنوب شرقي آسيا ، وهي مناطق لم تكن تغطيها قبل منتصف عام ألفين .

ولفضلاً عما تقدم ، فقد زادت قناة الجزيرة من الأقمار الصناعية التي تبث من خلالها برامجها وأخبارها بعد أن اشتركت في الأقمار الصناعية التالية : (EUTELSAT) (ECHOSTAR TV) و (ECHOSTAR III) و (NILESAT IOI) و (HOTBIRD TV) ليصبح عدد الأقمار التي تبث عليها قناة الجزيرة: ستة أقمار صناعية .

ومع توسع شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) أنشأت قناة الجزيرة موقعاً خاصاً بها أطلقت عليه تسمية : (الجزيرة نت) يث معلومات من خلال الأخبار والبرامج السياسية المختلفة التي تبثها القناة على مدار الساعة؛ ليتمكن بذلك من لا يستطيع التقاط القناة تليفزيونياً ، متابعة برامجها وأخبارها على موقعها على شبكة الإنترنت الذي بدأ العمل به فعلياً منذ تموز ٢٠٠٠ .

وتشارك قناة الجزيرة في وكالات الأنباء العالمية الرئيسية ومعظم وكالات الأنباء الوطنية ، كما تشارك في وكالات بيع الصور التي تصل إليها أولاً بأول ، عبر هذه الوكالات ومن مختلف أنحاء العالم .

## الهيئة الإدارية :

يشير قانون إنشاء قناة الجزيرة إلى: أنها محطة مستقلة ذات شخصية معنوية ، مركزها الرئيسي في مدينة الدوحة ، ولها مجلس إدارة مؤلف من سبعة أشخاص قطريين يرأسه الشيخ/ حمد بن ثامر آل ثاني وزير الإعلام والثقافة القطري السابق ، ورئيس الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون. ويعقد مجلس الإدارة اجتماعاته شهرياً على الأقل إذا كان نصابه مكتملاً ، ويمارس المدير العام: المتابعة والإشراف المباشرين على جميع أقسام القناة ، ويحل بدلا عنه في حالة غيابه معاونه ، ويصل عدد العاملين في أقسام الجزيرة إلى قرابة (٥٠٠) موظف .

## تمويل قناة الجزيرة :

تشير المادة (١٩) من الفصل الثالث من قانون إنشاء القناة إلى تخصيص مبلغ خمسمائة مليون ريال قطري ، كإجمالي للقناة لمدة خمس سنوات ، كقرض يسدد إلى الميزانية العامة ، وبعد انتهاء مدة الخمس سنوات يتم عرض أسهم القناة ، ويمكن لمن يشاء التقدم لشراؤها والمساهمة فيها. والقناة بهذه الحال مثلها مثل أى مشروع استثماري آخر ، تقرر الحكومة القطرية أصحابه مبلغاً من المال على أن يعاد إليها على شكل أقساط .

ويضع الشيخ حمد بن ثامر رئيس مجلس إدارة قناة الجزيرة موعداً لتعداد الموازنة المالية المخصصة من قبل الحكومة أمده نيسان عام ٢٠٠١ ؛ وهو ما دفع القناة إلى الاستثمار في بعض المجالات التي تعود بإيرادات تدعم موازنتها مثل: التوسع في مجال الإعلان ، الذي وصلت إيراداته عام ٢٠٠٠ إلى ٤٥% من مجموع دخل القناة ، فضلاً عن تأجير معدات مختلفة كالكاميرات وأجهزة المونتاج والإرسال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ، وبيع الصور إلى مؤسسات إعلامية أخرى . فضلاً عن إيرادات المشتركين في القناة عبر ( الكيبل ) كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية ، ولا تكاد تمر أزمة إعلامية أو سياسية لقناة الجزيرة مع جهة أو منظمة أو حكومة إلا وشككت الأخيرة بمصادر تمويل هذه القناة التي تنفق مبالغ كبيرة على إنتاج برامجها ورواتب العاملين فيها ، والمتابع لما تبثه القناة على مدار الساعة وسعة مدد بها ، لا بد أن يتساءل عن المبالغ الرصودة لتأمين عمل هذه القناة ومصادرهما ، ومدى تأثير هذه المصادر في مستوى حيادية القناة وموضوعيتها .

ومع أن القناة ستتحول إلى مشروع استثماري ، بانتهاء مدة السنوات الخمس ، فإن هذا لا يعنى - من وجهة نظر القائمين عليها - السماح لأى كان أن يشتري أسهمها ، وتصبح له الكلمة الفصل في إدارتها ، الأمر الذي يؤكد ما تحاول أن تنفيه قناة الجزيرة من أنها أنشئت للتعبير بطريقة أو بأخرى عن وجهة نظر الحكومة القطرية ، ولكن بأسلوب غير مباشر . لكن طرْحاً من هذا النوع غالباً

ما يصطدم بالكثير من الشائعات التي ترددت حول تمويل قناة الجزيرة ، تصدر في أحيان كثيرة ممن تتعرض لهم القناة بشكل يعتبرونه غير مرض لهم ، فمرة تتلقى الدعم المالى من العراق ، ومرة أخرى ألما تحول من الجماعات الإسلامية ، وثالثة ألما مشروع خاص بوزير الخارجية القطرى ، ورابعة ألما عبارة عن محطة (قطر - إسرائيلية) .

ومع صعوبة وجود أدلة قاطعة بصد ما أثير بشأن مصادر تمويل قناة الجزيرة ، ورفض القائمين عليها التصريح بالتفاصيل المالية للقناة ، فإن الأقرب إلى الواقع - كما يرى الباحث - هو تلقيها دعماً مالياً من الحكومة القطرية خارج إطار الميزانية الخمسية. ولاسيما أن كلف إنشاء مبنى القناة في الدوحة تقدر بنحو عشرة ملايين ريال يضاف إليها (٧٠) مليون ريال كلفة المستلزمات والأجهزة التقنية التي جهزت لها القناة عند افتتاحها عام ١٩٩٦ . بينما تقدر التوسعات التي جرت في مقر المحطة بما يقرب من الـ (٤٠) مليون ريال ، فضلاً عما يقرب من الـ (٣٠) مليون ريال لتجهيز مكتب القناة في لندن ليصل إجمالاً ما أتفق في مرحلة التأسيس قرابة (١٥٠) مليون ريال قطرى .

من غير المعروف ما إذا كانت قد اقتطعت من رأسمال تأسيس القناة البالغ (٥٠٠) مليون ريال قطرى أم من مصادر أخرى ، ولا تتوافر معلومات محددة عن معدلات رواتب العاملين في القناة حيث يتم التعميم عليها ، إلا إنها تختلف باختلاف شهرة الشخص وعيونه وموقعه في المحطة. أما فيما يخص المراسلين .. فتحسب رواتبهم بحسب مستوى المعيشة السائد في البلدان التي يعملون فيها .

### الإعلان في قناة الجزيرة :

يعد الإعلان في قناة الجزيرة واحداً من مصادر تمويل هذه القناة ، بل إنها بدأت منذ ما يقرب من ستين بالاعتماد بشكل أكبر عليه في مواجهة تزايد نفقاتها المتأتية من كلف الحصول على التقنيات الاتصالية أولاً بأول والتغطية الإخبارية المباشرة لمختلف أحداث العالم ، فضلاً عن المعدلات العالية لرواتب بعض العاملين .

وتستخدم قناة الجزيرة الإعلان بأسلوبين الأول: هو تخصيص مساحات زمنية لبث الإعلانات غالباً ما تكون قبل نشرات الأخبار الرئيسية أو البرامج الحوارية أو خلالها والثاني: هو أسلوب (الرعاية) أى بث بعض برامجها برعاية أحد الملثين الذين يتوجهون إلى الجمهور العربى للترويج عن بضائعهم ومنسجاقهم ، وهنالك وكيل إعلان معتمد لدى القناة يتم الاتفاق معه مباشرة على جميع ما تبثه القناة من إعلانات .

## تحليل الخطاب الإعلامي لقضايا المرأة على قناة الجزيرة

### أولاً : الموضوعات التي ناقشتها القناة :

- ١ - مفهوم الجندر .. كإشكالية تطرح نفسها ، ولكن مشروطة بسؤال محدد عما إذا كان ذلك دعوة للمساواة أم للتماثل؟
- ٢ - قضية تحرير المرأة العربية ، ولكن بطرح محدد يرفض تماماً فكرة المساواة التامة بمعنى التماثل الكامل معلاً ذلك بأنه ضد الفطرة وضد الشرع .
- ٣ - قضية المرأة المطلقة من حيث نظرة المجتمع العربي لها .
- ٤ - المرأة المطلقة في إطار الفكر الديني والاجتماعي ، وتوصيف ذلك بأنه يدخل في إطار قضية التنمية .
- ٥ - قضية المرأة العربية والمشاركة السياسية ، لتفعيل دور المرأة في العمل السياسي .
- ٦ - قضية دور المرأة في الحياة ، مرتكزاً على رفض فكرة إعطاء المرأة «حق الترشيح والانتخاب» في الحياة السياسية .. وعمل المرأة في بيتها وهو عمل لا ينافسها فيه أحد ..!!
- ٧ - قضية «العمل المعكروى» للمرأة في إطار المساواة وتكافؤ الفرص .
- ٨ - قضايا «وضع المرأة في الإسلام» ، «حدود اختلاط النساء بالرجال» ، و«الحجاب» و «حكم ليس المرأة للبنتال (البنتلون)» .
- ٩ - قضية صورة الرجل العربي عند المرأة العربية . حيث ارتكزت على إثارة النقاط السلبية في الرجل العربي وأسبابها في إطار الظروف الاقتصادية والاجتماعية .
- ١٠ - قضية «تعدد الزوجات» مثيراً لقضية العنوسة في المجتمعات العربية .

### ثانياً : أهم الموضوعات التي حظيت بالاهتمام :

- ١ - «الطلاق» : وقد برز اهتمام الحلقات بهذه القضية وتم التركيز على النظرة السلبية «للطلاق» كحالة اجتماعية ، وكيف أن المرأة المطلقة غير حرة اجتماعياً ، وهي امرأة سرذولة ، مرفوضة من المجتمع ، وكذلك التركيز على النظرة الدونية للمرأة العربية وكيف يراها المجتمع وكأنها قاصر تحتاج إلى رعاية .
- وعلى الجانب الآخر كان هناك تأكيد أن الطلاق من حق الرجل ، وإدانة الجمعيات الأهلية في مسألة إدخال المرأة في التنمية بغرض إزالة كل ما للرجل من حقوق ، ومنها حق القوامة والمسئولية عن الأسرة .

٢ - « المساواة » : وقد أخذ هذا المفهوم «الإشكالية» حجم اهتمام كبير بدءاً من اعتبار أن المقصود من هذه الدعوة بالمساواة هو تجريد جنس الذكورة وحبس الأنوثة من كافة الفوارق البيولوجية وانتهاءً بفكرة تمكين المرأة Empowerment Of Woman وفي المقابل كان هناك رفض تام لفكرة المساواة بمعنى التماثل الكامل ، وتأكيد أن الأسرة لابد وأن يكون لها رئيس .

٣ - « المشاركة السياسية » : وهذه القضية أخذت اهتماماً كبيراً من كافة الأطراف ، سواء القائم بالاتصال أم المشاركين .. في إطار تفعيل دور المرأة في العمل السياسي ، وكيف أن صناعة القرار السياسي فن يصنف عالمياً في دائرة للمهارات الذكورية .

وفي المقابل أثار موضوع المشاركة السياسية للمرأة العربية في إطار أن الترشيح السياسي للمرأة ليس مجرد شهادة بل هو تزكية ( ولا يجوز تزكية النساء في وجه من الوجوه ) .

#### ثالثاً : الاتجاهات :

بالنسبة لاتجاهات الخطاب الإعلامي في برنامج : « للنساء فقط » تميز بالآتي :

- ١ - تأكيد غموض مفهوم الجندر بالنسبة للمجتمع العربي .
- ٢ - الإشارة إلى أنه مفهوم غربي صرف لا يخص ولا يصلح للمجتمع العربي .
- ٣ - معني أن النساء نساء والرجال رجال لا يعني بأن يكون هناك طائفة أو تراتبية بين الرجال والنساء .
- ٤ - تحول الصراع المرير الذي تخوضه المرأة لانتزاع حق المساواة مع الرجل إلى صراع نسائي لسبب حلة تباين المنطلقات العقائدية والفكرية .
- ٥ - الجندر ليست كلمة بل منظومة !!
  - الاتجاه العام ضد نظرة المجتمع العربي للمرأة المطلقة .
  - وتأكيد زواج الرجل من المطلقة .
  - وتميز الآثار النفسية السيئة على المرأة المطلقة .
  - وتنتقد بشدة موقف الأسرة ذاتها من ابنتها المطلقة لأنها أحياناً ترفضها .
  - وترفض وصف المرأة المطلقة بأنها نكدية وسيئة الطباع وخبيثة في الحياة الجنسية .
  - الاتجاه العلمي يسود تناولها لقضية الطلاق ؛ حيث إنما تبحث المشكلة من خلال الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية .

## أوراق العمل

- اتجاهها نحو إعلاء شأن ومكانة المرأة المطلقة ، ورفض النظرة الدونية لها والنظرة التقليدية كزوجة أو عروضة من المجتمع .
  - تأكيد حق المرأة العربية والمشاركة السياسية .
  - وتفعيل دور المرأة في العمل السياسي .
  - مهاجمته صانعي القرار السياسي لأنه عالمياً يدور في دائرة المهارات الذكورية .
  - إدانة السرمات العربية باعتبارها مؤسسات صورية مما يضعف دور المرأة الذي تلعبه في هذا الإطار .
  - المطالبة بالمزيد من الحرية والديمقراطية لارتباط هذا المناخ بالمشاركة السياسية للمرأة العربية .
  - التوجه إلى إعداد المرأة وتربيتها سياسياً باقتراح مدرسة الكادر النسائي لتربية الكادر النسائي في مصر .
  - إدانة فكرة استغلال المرأة كرهان سياسي وواجهة للأحزاب وأنظمة الحكم «نوع من الواجهة الاجتماعية» .
  - طرح فكرة العمل العسكري في إطار المساواة وتكافؤ الفرص .
  - الدفاع عن الوطن مسئولية الجميع نوع من التأكيد على المساواة .
  - توجه الخطاب الإعلامي إلى إبراز النقاط السلبية في الرجل العربي .
  - وكان هناك اتجاه لربط صورة الرجل العربي (الانحزامية) بدور الأنظمة الحاكمة .
  - إبراز صورة الرجل العربي وربطها بالظروف الاقتصادية والسياسية .
  - صورة المرأة عن نفسها بأنها كائن مقهور وربط هذه الصورة بالظرف المتخلف سياسياً وديمقراطياً للمجتمع .
- (أ) الاتجاهات في برنامج : « الشريعة والحياة » :
- ١ - رفض فكرة المساواة التامة بمعنى التماثل ؛ لأن هذا - من وجهة نظر البرنامج - ضد الفطرة وضد الشرع .
  - وحول هذه الأطروحة يدلل عليها بفكره الموجب والسالب ويؤثر عليها فكرة التكامل .
  - ٢ - اتجاه نحو وصف الرجل بالتفكير والتبصر واختصاص المرأة بالمواقف والحنان .
  - ٣ - حصر اتجاهات تحرير المرأة في اتجاهين :
  - الأول : الحركة الإسلامية . والثاني : الحركة العلمانية .
  - ٤ - تأكيد أن وظيفة المرأة الأولى هي رعاية الأولاد ، ومن حقها بعد ذلك أن تخرج للعمل بعد تربية أولادها .

- ٥ - تأجيل عمل المرأة إلى مرحلة انقطاع الدورة الشهرية .  
٦ - إدانة الجمعيات الأهلية التي تدعو إلى انحراف المرأة ، فهي تدعوها إلى التحرر من الإسلام ذاته .

- ربط الطلاق : طلاق المرأة بعملية التنمية .
- وصف دور المرأة في التنمية بأنه إدخال أو إدماج وليس مشاركة .
- إن القوانين أحياناً تحاول أن تنصف المرأة ؛ فتجور على الرجل ( الشقة من حق الزوجة ) ضد القوانين .
- رفض فكرة الطلاق القضائي ، والبرنامج يؤيد المشرع للمصري ، ويقف ضد المشرع المغربي ؛ لأن المشرع المصري يعتمد على مرجعية إسلامية ، أما المغربي فيعتمد على مرجعية غربية (قانونه وثقافته) .
- الاتجاه لإعطاء الرجل الحق وحده في الطلاق .
- مهاجمة الجمعيات الأهلية في هذا الشأن أيضاً ؛ لأنها تدعو إلى إهدار كل حقوق الرجل .
- الاتجاه نحو تعدد الزوجات (إسلامياً) .
- تسجيل اعتراض البرنامج على قرار أمير الكويت لإعطائه المرأة حق الترشح والانتخاب .
- الترشح يمد تزكية للمرأة وهو أمر مرفوض ، (فلا تجوز تزكية النساء في وجه من الوجوه) ودعم ذلك بأراء مثل: ﴿ وَتَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ ﴾ وعدم الاختلاط .
- الاتجاه نحو القطع بعدم تولي المرأة الولاية العامة .

١ - تأكيد الحجاب ، أما النقاب فهو غير واجب شرعاً .

٢ - صورة المرأة الآن في الحضيلة النهائية لا تمت للإسلام بصلة .

٣ - تأكيد المساواة التامة بين المرأة والرجل في حلقة أخرى ، لاختلاف المصدر أو القوة الفاعلة حيث كان « د . أحمد الكبيسي » هو الضيف الرئيس للحلقة (وأكّد ذلك استناداً إلى مرجعية دينية الزان والزانية) ، (السارق والسارقة) .

وأيد فكرة تعدد الزوجات وحق الرجل في ذلك ، ومشكلة العنوسة للبنات العربيات ، كما وجه تحية لمسلح الحاج متولى .

توجه لتأكيد أن الرجل أشد شهوة وأقوى غريزة من المرأة .

## رابعاً : المصادر (القوة الفاعلة) :

- برنامج للنساء فقط : اهتم بالمتخصصين والأكاديميين ، مثل :
- د . أميمة كامل : باحثة في قضية الجنود .
- د. زينب معادى : أستاذ علم الاجتماع بجامعة الحسن الثان .
- لنا أبو حبيب : باحثة ومدربة في قضايا الجنود .
- البروفيسور : عديجة راغب : رئيس قسم الطب النفسي جامعة الأزهر .
- مكرم عوده : مديرة برنامج الإرشاد الأسرى باتحاد المرأة الأردنية .
- نزهة الشقرون : الوزيرة المكلفة لأوضاع المرأة والأسرة في المغرب .
- د . جيهان المير : عضو لجنة شؤون المرأة في قطر .
- هاء أبو القمصان : مديرة المركز المصرى لحقوق المرأة .
- فتحية أبو ترابه : ضابط التوجيه الثورى بكلية البنات في ليبيا .
- أ . اعتدال البخيري : إعلامية ناشطة في مجال المرأة في تونس .
- د . هدى زكريا : أستاذة علم الاجتماع السياسى بجامعة الزقازيق - مصر .
- تميز البرنامج بتنوع المذاهب/ لى الشاب ، لنا أبو حبيب - منتهى الرعى .
- مصادر (القوة الفاعلة) : الشريعة والحياة .
- د . يوسف القرضاوى يمثل ٩٠% من مجموع الحلقات .
- د . أحمد الكبيسي يمثل ١٠% أو أقل من مجموع الحلقات .
- للذيع ماهر عبد الله . ٤مرات بنسبة ٩٠% كقائم بالاتصال .
- د . حامد الأنصاري مرة واحدة بنسبة ١٠% كقائم بالاتصال .

## خامساً : مسارات البرهنة

### ١ - المقولات الأساسية في برنامج «النساء فقط» :

- الجنود : دعوة للمساواة أم للتماثل .
- وهذه الأطروحة ترد على التيارات الإسلامية التي ترى دوماً بعين الريبة والشك المفاهيم الغربية الخاصة بالمرأة ، والمسألة تتركز حول البحث الدؤوب للنساء عن ذواتهن في مجتمع لا يفتأ يتغير .



- (تمكين المرأة) كمفهوم يتأرجح بين اللغة العربية والإنجليزية (Empowerment of Woman) ، وهذا يدخل في إطار حذاع الترجمة ، وهي بالإنجليزية تعني: التسلط والسيطرة والنسخة العربية ترجمتها على أنها : التمكين للمرأة ومعناها أن «تتساوى» .
- المجتمع العربي ينظر إلى المرأة المطلقة أنها غير حرة اجتماعياً .
- هناك نظرة دونية للمرأة تمثل عقدة نقص تجاه المرأة العربية .
- إدانة الفكر الديني باعتباره : لسلول عن الثقافة المنتشرة في المجتمع العربي .
- الدين الإسلامي كرم المرأة ، وطبعاً للمرأة المطلقة لها كيانها .
- التأكيد على تفعيل دور المرأة في العمل السياسي .
- صورة مفككة ارتسمت للرجل العربي عند الكثير من النساء العربيات بدا من خلالها إنساناً مهزوماً مقهوراً ، كما أن المرأة نفسها تعاني من قهر ذلكا في مجتمع متخلف سياسياً وديمقراطياً .
- صناعة القرار السياسي تصنيف عالمي في دائرة المهارات الذكورية .
- تحرير المرأة مرتبط بتحرير الرجل .
- التدخل المقصود أو المتعمد بين السلطات الثلاث جعل من البرلمانات العربية مؤسسات صورية ، الأمر الذي يدعو إلى التساؤل حول الدور الذي تلعبه المرأة فيها .
- المرأة في الخليج وعاصمة : قطر مكبله بواقع اجتماعي .
- استخدام المرأة كرهان سياسي وواجهة للأحزاب وأنظمة الحكم .
- طرح فكرة نظام الحصص ، وصول المرأة إلى دوائر صنع القرار .
- المجتمع الأهلي (والمدن) يمثل قوى التغيير الحالية والمستقبلية .
- طرح فكرة مشاركة المرأة في العمل العسكري ، في إطار المساواة وتكافؤ الفرص .
- الدفاع عن الوطن مسؤولة الجميع (فلا نياية في الموت) ؛ بمعنى أنه على الجميع وكل من يستطيع حمل السلاح من الرجال والنساء . وقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم يأمر الجميع بالمشاركة في الغزوات .

## ٢ - المقولات الأساسية في برنامج « الشريعة والحياة » :

- للمساواة التامة بين الرجل والمرأة معنى : التماثل الكامل أمر مرفوض ، وهذا ضد الفطرة وضد الشرع .
- عزل البنات عن البنين في التعليم أمر واجب .

- الرجل كائن عقلاني منطقي يختص بالتفكير والتبصر ، أما المرأة فكائن عاطفي يختص بالعواطف والحنان .
- الجمعيات الأهلية تطالب بأن تتحرر المرأة من الإسلام وهذه دعوة «للتحلل» وليست للتحرر .
- قضية الطلاق القضائي مرفوضة .
- اعتراض على المشرع المغربي لاعتماده على الثقافة والحضارة الغربية .
- هناك خصومة بين الفن الدرامي لطرح فكرة تعدد الزوجات ، ونحن نحبي مسلسل (الحاج متولى) .
- الطلاق من حق الرجل .
- تعدد الزوجات حق أباحه الله للرجل وطبقه الرسول صلى الله عليه وسلم .
- المقصود من «إدخال» المرأة في التنمية إزالة كل ما للرجل من حقوق - ومنها حق القوامة .
- أثبتت الإحصاءات ، والبحوث العلمية أن الرجل أشد شهوة وأقوى غريزة من المرأة .
- تقسيم الممتلكات المحصلة خلال فترة الزواج بين الزوجين (تقليد أعمى للغرب) .
- عمل المرأة أساساً في بيتها ، وهو عمل لا ينافسها فيه أحد .
- الترشيع للمرأة في المجال النيابي مرفوض ، لأنه نوع من التزكية (ولا يجوز تزكية النساء في وجه من الوجوه) ولا يجب أن تتولى المرأة الولاية العامة .
- وضع المرأة في صدر الإسلام أفضل من الآن مئة مرة .
- الحجاب : هو ألا يدخل رجال ، ولا تتحدث نساء النبي صلى الله عليه وسلم إلا من وراء حجاب . . . (تفسير جديد) .
- المساواة الثامة بين المرأة والرجل (ومرر ذلك أنه لا يوجد في الكتاب والسنة تفرقة في التعامل بين المرأة والرجل ، والخطاب واحد للنساء والرجال « وَمَنْ يَعْمَلْ مِنَ الصَّالِحَاتِ مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَى » ، « الصَّالِحِينَ وَالصَّالِحَاتِ » وقول الله تعالى « يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا » يعني به النساء والرجال (تفسير جديد) .

سادساً : الأطر المرجعية :

١ - في برنامج « للنساء فقط » :

المرجعيات :

أ - اجتماعية تضم أساتذة في علم الاجتماع وعلم النفس مثل « د. هدى زكريا بدران » رئيس مجلس إدارة رابطة المرأة العربية ( مصر ) .

- البروفيسور « محدبة راجب » رئيس قسم الطب النفسي - جامعة الأزهر .
- « د. هدى رزق » : أستاذ علم الاجتماع السياسي - الجامعة اللبنانية .
- « نزهة الشقروني » : وزيرة شؤون المرأة في المغرب .
- « معصومة المبارك » : أستاذ العلاقات الدولية - جامعة الكويت .

ب- نشاطات من المجتمع المدني

- « د. جيهان المر » : عضو لجنة شؤون المرأة في قطر .
- « نهاد أبو القمصان » : مديرة المركز المصري لحقوق المرأة .
- « د. أميمة كامل » : باحثة في قضية «الجنس» .
- « المقدم / فتحية أبو ترابة » ضابط التوجيه الثوري بكلية البنات في ليبيا .
- « أ. اعتدال الميري » : إعلامية ناشطة في مجال المرأة في تونس .
- « أ. مكرم عوده » : مديرة برنامج الإرشاد الأسري باتحاد المرأة الأردنية .
- « د. لينا أبو حبيب » : باحثة ومدربة في قضايا الجنس ، والمساكنات . ( بحامية - محال سياسي ) .

جـ - وثائق واتفاقيات دولية :

- تقرير التنمية الإنسانية العربية (٢٠٠٢) .
- اتفاقية «السيداو» مكافحة كل أشكال التمييز ضد المرأة .
- تقرير اللجنة الإسلامية المالية للمرأة والطفل (القاهرة) .
- وثيقة التنمية للمربية .
- تفسير في إطار (النبي ماركسية) من حيث إنه يتزع نحو ليبرالية أكثر (الاستعانة بهذا الفكر لشرح مفهوم الجنس مثلاً) .
- فكرة تمكين المرأة وتفسيرها وترجمتها (Empowerment of Woman) .

د - مؤتمرات :

الاستعانة بتوصيات :

- مؤتمر السكان بالقاهرة ١٩٩٤ .
- مؤتمر بكين ١٩٩٥ .

هـ - كتب تهتم بقضايا المرأة :

- كتاب «بوكانن» ، «موت الغرب» حول رؤية الإسلام لمفهوم الأسرة .
- كتاب « فن سرقة النسوة » لـ كريستينا سومرز عن مفهوم الحركة النسوية .
- كتاب «الجنس الثاني» لـ «سيمون ديوغوار» الفيلسوفة الوجودية .
- وكتاب لـ (شولاسين فايرستون) حول الجنديرات .

و - بعض الشخصيات المشاركة في المداخلات بالبرنامج :

- «فاليري ريموند» : أحد أعضاء الوفد الكندي الذي حضر مؤتمر بكين .
- «د . نهيمية شرف الدين» : باحثة في مركز النوع الاجتماعي (بيروت) .
- «نايلة المصري» : منسقة في مركز النوع الاجتماعي .
- «مهيبة الحريري» من لبنان .

٢ - الأطر المرجعية في برنامج «الشرعية والحياة» :

- المصدر الرئيسي : «د . يوسف القرضاوي» .
- ونسبة محدودة «د . أحمد الكبيسي» .
- المرجعيات الأساسية الدينية :

• الاستعانة الدائمة للإحالات الدينية والاستناد إلى نصوص القرآن مع تأويل النص أحياناً مثل قوله تعالى: ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضُهُمْ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ﴾ هكذا يؤكد حقها في المشاركة السياسية ، ولكن يفسر ذلك بأنه يمكن للمرأة أداء هذا الدور بعد انقطاع الدورة الشهرية (مثلاً) .

كذلك قوله تعالى : ﴿وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنثَى﴾ وتفسير ذلك بأن قاعدة ازدواج

سنة كونية .

- الاستناد إلى الأحاديث الشريفة للرسول «صلى الله عليه وسلم» .

مثل : «النساء شقائق الرجال» تفسر على أنها «تكامل وليس مساواة» ، وهذا تأويل لنص حديث الشريف أيضاً .

شخصيات يؤخذ عنها أقوال مرجعية ، مثل :

- الشيخ عبد العزيز بن باز .
- الشيخ على طنطاوى .
- الشيخ الألبانى .
- الشيخ أبو الحسن الندوى .
- الشيخ مناع القطان .
- الشيخ عطية سالم .
- الشيخ المفلوب .
- الشيخ سيد سابق .
- الشيخ أبو الأعلى المودودى .
- ابن القيم .
- الشيخ المرافى .
- ابن حزم .
- ابن تيمية .

#### إحالات ثقافية :

• كتاب (الإنسان ذلك المجهول) للدكتور (أليكسيس كاريل) لأنه ضد فكرة المساواة بين المرأة والرجل ، ويهاجم الثقافة الغربية .

• كتاب للعقاد : يؤكد فيه أن التسوية المطلقة بين المرأة والرجل «ظلم» .

• الاعتماد على بعض أبيات الشعر مثل أشعار المتنبي ، وأحمد شوقى وعلى مبيى اللال :

دقات قلب المرء قائمة له إن الحياة دقاتى ونسوان

فأرفع لنفسك بعد موتك ذكرها فالذكر للإنسان عمر ثان

• وأشعار مجهولة المصدر ضد المرأة تقول :

لكل ساقطة فى الحى لاقطة وكل كاسدة يوماً لها سوق

مقولات لبعض المفكرين الغربيين ، مثل :

- « جوستاف لوبون » .

- « ابن خلدون » (فى مقولته: المغلوب مولع بتقليد الغالب). لمهاجمة الثقافة الغربية وتقليدنا لها باعتبارها الثقافة المتفوقة .

### إحالات اجتماعية :

• الاعتماد على العادات والتقاليد في الثقافة السائدة مثل : التأكيد على أن المرأة خلقها الله عز وجل من أجل العناية بالبيت والأولاد، وهذه هي الوظيفة الأساسية والطبيعية التي لا تستقيم الحياة بدونها .

### أشخاص مشاركون في المداخلات :

كل الشخصيات المشاركة ، أشخاص عاديون يطلبون الفتوى أو الاستفسار لإزاء مشكلة من وجهة نظر الدين ، ومعظمهم يذكر اسمه فقط واسم بلده مثل (أبو عماد من الأردن ، أم محمد من السعودية) .

### نتائج البحث

- غياب مفهوم الإستراتيجية الإعلامية الواحدة لقناة الجزيرة (بالنسبة لقضايا المرأة العربية) عبر برامجها: (للنساء فقط) و (الشريعة والحياة) ، مما أدى إلى التشويش وعدم اتساق الرؤية داخل الخطاب الإعلامي للقناة .
- عدم وضوح المعايير التي تستخدمها القناة في البرامج (هل لصالح المرأة وتقدمها أم لتكريس حالة التخلف) (مع المساواة في برنامج وضدنا في الأسر) .
- اعتماد مبدأ الإثارة في برامجها لاستمالة جمهور المشاهدين (جعل الأنوثة مرادف الجهل - ومفهوم الجندر مرادف الشذوذ الجنسي) .
- ( وإن كانت تميزت بالجرأة في طرح ومعالجة الموضوعات المختلفة ) .
- انعكس تأثير الخطاب السياسي على تناول قضايا المرأة (الرسالة الإعلامية) عبر البرنامجين (للنساء فقط) ، و (الشريعة والحياة) وهذا يؤكد ما نحاول أن تنفيه قناة الجزيرة من ألما أنشئت للتعبير بطريقة أو بأخرى عن وجهة نظر الحكومة القطرية ، ولكن بأسلوب غير مباشر .
- كذلك انعكس تأثير الخطاب الديني على الخطاب الإعلامي حيث إن المصدر الرئيسي في برنامج (الشريعة والحياة) هو « الشيخ يوسف القرضاوي » ويتحدث بعض العاملين في مقر القناة بالدوحة عن أن « الشيخ يوسف القرضاوي » الذي منح الجنسية القطرية لديه أسهم في قناة الجزيرة .
- والغريب أن زوجته السيدة (أسماء) هي مديرة إنتاج برنامج (للنساء فقط) الذي يتناقض معه في الرؤية والاتجاه من قضايا المرأة .

وهذا يشير إلى أن قناة الجزيرة أعادت المتغير الديني إلى مقدمة اهتمامات وسائل الإعلام .

## أوراق العمل

- يسعى «برنامج للنساء فقط» إلى تطوير أوضاع المرأة العربية .  
بمختص التساؤل حول : ما الأسباب التي طرحها الخطابات المدروسة لقضايا المرأة ؟
- ترجع الأسباب في برنامج «النساء فقط» إلى دراسة وضع المرأة وتحسين صورتها وتطويرها في إطار مجموعة من الأفكار مثل : الجندر ، ومساواة المرأة والرجل ، صورة المرأة المطلقة ، المشاركة السياسية للمرأة ، والعمل العسكري للمرأة .
- يكرس برنامج «الشريعة والحياة» الوضع المختلف للمرأة حيث يؤكد عدم مساواتها مع الرجل ، وتأكيد أن دورها الرئيسي هو البيت ، وأن مشاركتها السياسية ينبغي أن تكون مشروطة ، وتكتفى بإعطاء صوتها لا الترشح .  
وأن من حق الرجل وحده الطلاق - ومن حقه أيضاً تعدد الزوجات .
- بالإضافة إلى نوعية القضايا المناقشة من نوع : هل يصبح أن تردى المرأة البنطلون ؟  
وما مدى مساحة الاختلاط بين الرجل والمرأة ؟
- القضايا الفرعية التي طرحها الحلقات أكدت تبايناً كبيراً بين البرنامجين من حيث موقفهما واتفاقهما مع المواقف المعلنة للخطاب السياسي الرسمي المعلن ، وكذلك الخطاب الديني .  
- فبينما ناقش برنامج «للنساء فقط» فكرة « أن تحرير المرأة مرتبط بتحرير الرجل » ( وهذا اتجاه يؤيد وبدهم قضايا المرأة ويطور أوضاعها ) .
- ناقش برنامج «الشريعة والحياة» فكرة وجوب العزل بين البنات والبنين في المرحلة الابتدائية من التعليم .  
( هذا اتجاه يكرس حالة التمايز والنظرة الدونية والتي تمزق الفتاة بل الطفلة بمجرد أنها جسّد بلا عقل ) .
- شهدت معاجلات البرنامجين الإعلامية لقضايا المرأة بعض المواقف للمخالفة لدولة قطر المالكة ، وهذا يؤكد أن قناة الجزيرة عبارة عن أداة تستخدمها الحكومة القطرية ضمن تحركها السياسي الخليجي والعربي والعالمي، فهي مؤسسة قطرية بإدارة وتمويل وإشراف قطري لم تنشأ الحكومة القطرية بلا هدف سياسي ، أو بحثاً عن إشاعة الحريات ، وهي التي تمنح استخدام الصحون اللاقطه في الحصول على البث التليفزيوني وتختصر ذلك في نظام الكيل . ومنها مناقشة برنامج «للنساء فقط» مشاركة المرأة في العمل السياسي بل والعمل العسكري .

## أوراق العمل

- بينما أدان برنامج « الشريعة والحياة » قرار أمير الكويت بأحقية المرأة في الترشح للمجالس النيابية، وأصدر فتوى بأن الترشح يساوى تزكية ، وهذا لا يجوز بأى وجه للنساء .
- مساحة الاستقلال السياسى لقناة الجزيرة عن النظام السياسى للدولة قطر تكاد تكون معدومة إلا فى هامش ثانوى غير قابل ، مثل مناقشة قضية الطلاق وتأكيد تدن وضع المرأة ، ولكن فى المقولات الرئيسية ، وتتفق ورؤية دولة قطر باعتبارها إحدى دول الخليج ، على الرغم من تأكيد مسئوليتها على الاستقلال للحفاظ على صورة مثالية لقناة غربية مستقلة حتى إن القناة تصر على تأكيد أن (قناة الجزيرة فى قصر) جغرافياً .
- بالنسبة لمصادر الحلقات فى برنامج «للنساء فقط» كانت تضم متخصصين فى علم الاجتماع وعلم النفس ، ونشطاء فى مجال العمل الأهلى والمجتمع المدنى ، وهذا انعكس بدوره على نوع الأداء ومسارات البرهنة التى تم طرحها فى كل القضايا والاستعانة بمولاء لطرح رؤى تقدمية تقدم تقدم المرأة .
- أما مصادر الحلقات فى برنامج « الشريعة والحياة » ، فتركز أساساً على « الشيخ يوسف القرضاوى » ومجموعة من المداخلات لأناس عاديين .
- وهذا حول البرنامج كأنه نوع من الفتاوى ، لا لمناقشة تطوير أوضاع المرأة وتقديمها باعتباره برنامجاً حوارياً .
- تميز نمط الممارسة الإعلامية فى برنامج «للنساء فقط» بالتقنية العالية حيث عمدت إشراك المشاهد العربى فى برامجها الحوارية عبر الهاتف . وكذلك الاستعانة بالمراسلين وتقارير وتصوير خارج الاستديو ، وإن كان القائم بالاتصال أحياناً ما يتبنى بعض الآراء ضد القضية بأسلوب استفزازى ربما لتشجيع المتحدث على معالجة القضية بجرأة أكثر . مثال : «لبنى الشايب » طرحت مفهوم الجنود باعتباره دعوة للمثلية والشذوذ !
- وإن كانت قد كسرت القناة فكرة الرتابة والملل ؛ لأنها تركز على نقل رأى الشارع العربى فى القضايا .
- أما نمط الممارسة الإعلامية فى برنامج (الشريعة والحياة) فقد اعتمد على مصدر واحد وهو « الشيخ يوسف القرضاوى » داخل الاستديو مع المذيع « ماهر عبد الله » وكان تدخل المذيع واضحاً ضد الرؤية التقدمية لقضايا المرأة ؛ حيث أكد أكثر من مرة أن وظيفة المرأة هى رعاية الأولاد والبيت ومعظم أسئلته كانت إيجابية من نوع (هل توافق على أن يحتلط الأولاد والبنات بمحبة التعليم؟!!)



- تميزت طبيعة القضايا المطروحة في برنامج «للنساء فقط» : بأن معظمها يتعلق بالقضايا المعاصرة والمسلحة التي تهم المرأة العربية (المشاركة السياسية ، المساواة ، وضعها في التنمية ، القوانين الجديدة التي تساعد المرأة في الحصول على حقوقها) أى إنها قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية .
- كما تميزت القضايا المطروحة في برنامج «الشرعية والحياة» : بأن معظمها يخص حزبية الفتاوى ، وكل الأسئلة كانت يجوز أم لا يجوز؟ يصح أم لا يصح؟ وربما يعود ذلك لأن المصدر كان « الشيخ يوسف القرضاوى » باعتباره مرجعية دينية . ولذا ، فهذه القضايا أحدثت اتجاه القضايا الدينية حتى أن فكرة (المرأة والتنمية) ، وكان عنوان إحدى الحلقات يقصد بإدخال المرأة في التنمية قضية طلاق المرأة القضائي عبر وثيقة المغرب للتنمية .
- أما الأطر المرجعية للخطاب الإعلامي في برنامج «للنساء فقط» فقد تميزت بالإحالات الثقافية (مثل تقرير التنمية الإنسانية العربية) وبالإحالات الاجتماعية (أساتذة علم اجتماع وعلم نفس) .
- وبالإحالات القانونية (عرض القوانين الجديدة ، ومناقشة الموائيق والاتفاقات ، مثل اتفاق مؤتمر بكين ومعاهدة «السيدو» مناهضة كافة أشكال التمييز ضد المرأة ) .
- وإحالات دينية أيضاً ولكن بشكل محدود .
- أما الأطر المرجعية للخطاب الإعلامي في برنامج «الشرعية والحياة» فقد كانت إحالاته الرئيسية دينية اعتماداً على نصوص القرآن والحديث مع تأويل النص في الاثنين .
- وإحالات ثقافية عمودة كاستعراض بعض أبيات الشعر ، وتوظيفها لصالح تصور الخطاب الديني ذاته.
- ومن خلال استعراضنا لهذه النتائج ، يبرز لدينا أن دور وسائل الإعلام بما تتيحه من إمكانات اتصال جماهيري ، وبما تتميز به من إعراج فني يتم من خلاله نشر الصراع واحتئاب الجماهير إلى صفوف القوى السياسية المتصارعة ؛ بحيث تصبح وسائل الإعلام ركيزة لإنتاج وإعادة إنتاج الأيديولوجيات المسيطرة .
- وتحليل هذا الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة تؤكد للباحثة : أن وسائل الإعلام لا تقوم بدورعايد أو مجرد وسيط في الصراع الفكري ، بل هي أداة عضوية للجماعات تمكس في تعبيرها الإعلامي نمطاً ومجالاً محدداً للسيطرة .



## ثورة النقد التلفزيوني في الصحافة المصرية دراسة في إشكاليات العرض والتناول

أ. د. أسامة أبو طالب<sup>(١)</sup>

**يمكن** القول ، بأنه لم يكن لنقاد المسلسلات التلفزيونية المتخصص وجود شرعي حقيقي على خريطة النقد الفني في المجالات المصرية في فنون المسرح، بل وربما العربية كذلك حتى صيف عام ١٩٧٩م حينما صدر العدد الثالث من مجلة "نادى للمسرح"<sup>(٢)</sup> عام ١٩٧٩م ، متضمناً دراسة نقدية متخصصة عن مسلسل تلفزيوني شهير حقق نجاحاً فنياً وجمهورياً كبيراً هو "زيب والمستحيل" .. تأليف « نادية رشاد » وإخراج « إنعام محمد علي » . للمهم والطريف في هذا الموضوع هو ما سبق نشر تلك الدراسة من مناقشات متخصصة بين هيئة تحرير المجلة - وكلهم من أساتذة الدراما الأكاديميين وكتابها - حول « الدراسات التلفزيونية » وشرعية انتمائها للنقد الدرامي المتخصص شأنها شأن الأعمال السينمائية التي تأسس لها علم للنقد المتخصص أساسه : « النقد الدرامي » مضافاً إليه ضرورة توفر المعرفة بتقنيات العمل السينمائي وآليات استقباله وظروف تلقيه .. تلك التي افتقر إليها النقد التلفزيوني في المرحلة المشار إليها ؛ حيث لم يكن على مساحته سوى كتابات على صفحة ما يسمى في الصحافة إجمالاً « بالنقد الفني » يكتبه في أحسن حالاته نقاد سينمائيون متميزون .. أو تمارسه - جانبياً - أفلام غير متخصصة تشي كتاباتها بالانطباعية كنتيجة لافتقار المعرفة والخبرة مثلما لا تستطيع إخفاء شبهة انعدام الموضوعية ، سواء في أسلوب العرض أم في لغة التناول .. الأمر الذي من شأنه أن يؤثر على التلقي ، مثلما يؤثر على الفنان المبدع كما سوف يتضح فيما بعد .

(٢) أستاذ الدراما والنقد ، ورهسى البيت الفني للمسرح .

(١) وهي جمعية أهلية تأسست عام ١٩٧٦م وكانت غايتها : النهوض بالمسرح المصري من عثرته بعد هزيمة يونيو ١٩٦٧م وما أعقبها من شعور عام بالإحباط ، كان لابد وأن يصيب الحركة المسرحية بالطبع . وقد رأت مجلس إدارتها السيدة / سميحة أيوب بعضوية : سمير سرحان وفوزي فهمي وإبراهيم مائة وعمد عنان وأسامة أبو طالب وصفوت شعلان ومرسى التويهي وعبد الغفار عودة . وأصدرت منه سجل نادى المسرح - المشار إليه - برئاسة : سمير سرحان وفوزي فهمي ، وضمت هيئة تحريرها : أسامة أبو طالب وصفوت شعلان ومرسى التويهي ، وصدر منها سبعة أعداد ، أصبحت مرجعاً مهماً للباحثين والمؤرخين لمسرح هذه الفترة .

غير أن ذلك الاعتماد أو الاعتراف الأكاديمي بضرورة إفراة مساحة النقد الدرامي التلفزيوني المتخصص على صفحات مجلة فنية متخصصة في المسرح ، لم يكن لينعج "النقاد الفني" العام في الجرائد والمجلات من ممارسة كتاباته - أو نقده - أيا ما كان مستواه .. مثلما لم يطمح في منعه من الكتابة ولم يسمع إليه؛ حيث كان الهدف أولاً وأخيراً هو ضرورة الاعتراف بمبحث نقدي جديد اسمه : "نقد الدراما التلفزيونية" ودعوة الناقد الجاد للمتخصص إلى الانتباه له وممارسته تحقيقاً لهدفين رئيسيين هما :

أولاً : هدف فني .. وهو التقييم العلمي للأعمال المعروضة ، وإخضاع هذا النوع المتزايد من الإبداع لقوانين نقدية علمية والإضائة عليه وفقاً لمعاييرها؛ شأنه شأن المسرح والسينما مع الاعتراف بمشقة هذا العمل ونوعيته الخاصة حيث ينفرد "النص الدرامي التلفزيوني" بعدة صفات مستقلة تجعل منه عملاً صعباً على التناول النقدي في طوره الأول - كنص مكتوب لم ينفذ بعد .. ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها :

"نضجهم" الضروري كحلقات تصل إلى ثلاثين حلقة في المسلسلات العربية ، كما تتجاوز ثلاثة أضعاف ذلك في بعض الأعمال الغربية الشهيرة ، علاوة على كمية التعديل والتبديل والحذف التي تتعرض لها الحلقات على الورق من قبل المخرج والممثلين - وبالتحديد النجوم والمشاهير- الأمر الذي يحول دون اعتباره "نصاً أدبياً درامياً تلفزيونياً" مثلما يعتبر النص المسرحي نصاً أدبياً درامياً ، والسيناريو التلفزيوني نصاً أدبياً سينمائياً يسمح بنشرهما والإطلاع عليهما كوثائق معتمدة للتعليم والدراسة والاستمتاع المتخصص ، حتى بعد عرض الفيلم أو المسرحية كذلك !

ثانياً : هدف قومي .. ويتمثل في العمل على تطوير الذوق الفني العام بين جماهير المشاهدين لهذه الأعمال . الأمر الذي لا بد وأن ينعكس - بالترامكم الكمي - على خياراتهم وانتقائهم لأى أعمال فنية يشاهدونها؛ مما يدفع بمجلة الإنتاج دفعاً راتياً متصاعداً يؤثر على جملة الأعمال الفنية تأثراً إيجابياً يكن من شأنه تدقيق المنتج في عملية اختيار العمل "كنص" قبل البدء فيه . مثلما يجعل الفنان - ممثلاً كان أو مخرجاً أم مصمماً للمناظر والملابس أو موسيقياً - معاذراً من المهبوط أمام جمهور حساس متفتح بالوعى وبالذائقة الفنية الرفيعة . وبالتالي يتحقق تنمية الساحة الفنية التلفزيونية - والفنية عامة - من الأعمال الهابطة والرعيصة . مثلما يتم الاعتراف بالعمل الدرامي التلفزيوني كعنصر تربوي مؤثر ، وليس النظر إليه باعتباره "ارتكاساً" في الذوق وانتكاساً في القيمة وعملاً مضاداً للتربية العلمية والأخلاقية المستترة .

لكن هناك عدة صعوبات ومشاكل أمام تحقيق هذين الهدفين ، لابد وأن نعترف بما ، وهى :  
أولاً : صعوبة المتابعة اليومية المحددة الوقت لمشاهدة الحلقات على كثير من النقاد المتخصصين ..  
ثانياً : صعوبة جهد التناول النقدي لكل حلقة من الحلقات على حدة ، والكتابة المنشورة عنها  
إلا في حالة تفرغ كامل من الناقد ، وإفراد مساحة يومية لمتابعته على صفحات الجريدة التي يكتب فيها!  
مع إحداث حالة متابعة فورية من القارئ لنقد الحلقة ، وهو ما نظنه ليس سهلاً على التحقيق وإن  
كان غير مستحيل التنفيذ .

ثالثاً : ترفع الناقد المسرحي والسينمائي المتعلم والمتخصص المتميز عن ممارسة هذا الدور ،  
واستعلائه على التعامل المنتظم معه ، ربما لعدم تحقق الجودة الفنية المطلوبة في غالبية الإنتاج الدرامي  
التلفزيوني . وأيضاً بسبب ذلك الزخم المنتشر من أفلام صحفية تنقصها الخبرة الكافية في كلا المجالين :  
بحال الدراما ، وبحال المعرفة بالفن التلفزيوني وتقنياته وأدواته . علاوة على توافر كم كبير من « عدم  
الجودة » في كثير من المسلسلات التلفزيونية نتيجة لإغراق السوق بمؤلفين غير أكفاء ، وفتح بوابة  
الإنتاج أمام متحيزين لا ينقصهم الجهل ، وإن تمتعوا بالقراءة والقدرة على الإنفاق بما يعنيه ذلك من  
تدخل متعسف في العمل الفني بدءاً من اختيار نص غير مناسب أو تألفه . . إلى النجاح في ترويجه  
وفرضه على المشاهد ، وبما يحمله ذلك من أضرار وعطاطر تعليمية وتربوية ووطنية أيضاً ، ربما تنحصر في  
ما يسمى بأسلوب « المنتج المنفذ » ومغاليه وسليباته .

وعلى الرغم من ذلك ؛ فإن جميع تلك الصعوبات لم تقف حاجلاً دون مراودة قلم الناقد الدرامي  
المتخصص - رفيع المستوى كذلك - وإغوائه بالكتابة عن المسلسلات بل والدفاع عنها باعتبارها  
« جنساً فنياً GENDER » محاصاً ومهمماً ومكتسحاً بتأثيره في عصرنا هذا . فترى الدكتور  
« عبد القادر القط » يضطلع بهذه المهمة - وهو الناقد الدرامي والأدبي الأكاديمي - فيكسر دائرة  
الترفع والاستعلاء ، ويبدأ في الكتابة عن مسلسلات شهيرة<sup>(١)</sup> يتابعها يومياً ويضئ عليها بالنقد  
المتخصص المبسط - رغم تعمد وجود « المصطلح الفني النقدي » كى يحدث به تثقيفاً درامياً ونقدياً  
عاماً - في جريدة الأهرام القاهرية المقروءة بانتشار واسع ، كى تبدأ سلسلة من الكتابات النقدية العارفة  
والجادة في الانطلاق نحو ممارسة هذا الهدف ، بعد أن تحول المسلسل الدرامي التلفزيوني إلى حقيقة

(١) مثل أعمال الكاتب أسامة أنور عكاشة المعروفة .

## أوراق العمل

إعلامية مؤثرة ، سواء كانت بأقلام أكاديمية<sup>(١)</sup> متخصصة أم لنقاد صحفيين تمثلت في كتاباتهم جدية التناول وموضوعية العرض ، وتعتبر تجربة التقييم التلفزيوني التي قام بها النقاد « محمد صالح وعصام بصيلة » في كتاب منشور هي أهم محاولات دفع نقد المسلسل التلفزيوني لأن يكون عملاً تقييمياً مرصوداً ومسجلاً - بالطباعة - علامة على أهميته التوثيقية كذلك .

لكن تساؤلات مهمة تظل فارضة نفسها إلحاح شديدة ، حول حالة نقد الدراما التلفزيونية ، ووضعيتها المتحققة في الصحافة المصرية والعربية ، وتطرح ما يلي طالبة الإجابة عنه ، ومعالجة ما هو واضح مكشوف عنه من قصور :

أولاً : هل تحقق اعتبار النقد التلفزيوني نقداً متخصصاً - كعلم - شأنه شأن النقد المسرحي والسينمائي . . بإفراد الصحف والمجلات مساحاتها النقدية لمتخصصين ذوى علم وخبرة وهوم وطنية حقيقية ؟

ثانياً : هل نجحت هذه الكتابات حقيقة في التأثير على القارئ / المشاهد ، وفي تعديل وتطوير ذوقه نحو الأرقى ؟ أم ساهمت في جعلتها في تجميده على " وضع جمالي " غير مرضي .. وربما دفع هذا الذوق دفعاً سلبياً يوغره ويهطل هدف الارتقاء المنشود له بطرح موضوعات متخلفة ، ومعالجتها بأساليب أكثر تخلفاً ؟

ثالثاً : هل تمثل جملة الساعات الدرامية المنتجة للتلفزيون طرحةً أميناً لموم المشاهد من جمهورها العربي ، سواء كانت سياسية أم اجتماعية أم أخلاقية أم دينية ؟ .. وإلى أى مدى نجحت في التعبير عن تلك الموم والإجابة عن تساؤلاتها الضرورية المتجددة مع تقدم العصر واختلاف معايير القيمة ، وتعرض المبادئ الأساسية - في التقاليد والتربية وعلاقات المجتمع - لمخاطر التحريف أو التبديل أو الإحلال والاستفناء ؟

رابعاً : هل تم الانتباه إلى وضع خطة محددة ، وبرامج إستراتيجية مدروسة لحماية المشاهد العربي من غاطر التسليم بمفاهيم وأهداف جديدة مكتسحة - مثل : الأمركة والتفريب والعولمة - من قبل مؤسساتنا التعليمية وهيئات التنمية البشرية والثقافية العربية مثل الجامعة العربية ( منظمة الثقافة والعلوم ،

---

(١) مثل كتابات الدكتور « عزه هيكل » أستاذ الأدب الإنجليزي بمهودة الوفد . . أو بعض كتابات متفرقة لأساتذة آخرين مثل رفيق الصبان وحسن شاه .

والمستظمة الإسلامية للثقافة والعلوم ) والجامعات نفسها حكومية وأهلية . . وقبل كل ذلك وزارات الثقافة والإعلام ؟ . . وما مدى انعكاس ذلك على صفحة الدراما التلفزيونية ونأثيره فيها ؟

خامساً : ما مدى مساهمة المؤسسات البحثية الإعلامية والتربوية والاجتماعية - حكومية وأهلية - في إعداد الدراسات المتخصصة نظرياً وميدانياً في حقول "التلقي والتجاءات اللوق العام وتفضيلات الجمهور" . . ومقدار الاعتمادات المتخصصة لها . . ثم رصد آثارها وقياس معدلات التغير والتحول والاستبدال لدى قطاع التلقين بشراهم المتنوعة .

سادساً : ما الذى يمكن فعله أمام غيبة دراسات تقنيات العرض وجماليات الإخراج في السلسل التلفزيوني عن ساحة الكتابات النقدية في الصحافة بشكل عام ، حيث يكفى بمجرد المس الانطباعي السريع لهذه الجوانب المتخصصة ، ومع ضرورة الاعتراف بوجود بعض الاستثناءات المتميزة في دوريات شهرية جادة<sup>(١)</sup> .

سابعاً : أية استجابة يمكن للمجلات الفنية وأبواب الصحف المتخصصة لموضوعاته أن تقدم لمعالجة مثل هذا القصور : خاصةً وهى تترك تمام الإدراك ما يغلب على توجهاتها وتغطياتها من طابع إخبارى ، يهدف إلى مجرد الإثارة موضوعاً وعرضاً . . وهل يمكن لكل منها أن تعاود عشطتها وأسلوبها التحريري ، فتقدم نقداً تلفزيونياً حقيقياً يقوم به ناقد متخصص يتم تكليفه لهذا الغرض ، كما يصبح رأيه هادياً لقراء المجلة ومساعداً لهم في تكوين رأى نقدي ، علاوة على إسهامه في تربية ذوق جماز وحس نقدي متميز ؟

ثامناً : دراسة ما الذى يمكن أن تقوم به "المرامج التلفزيونية النقدية" - بعد تطويرها بالاستعداد بالسفاد المتخصصين - في بث الوعي النقدي المنشود بين المشاهدين ، والاستماع الجاد إلى آرائهم ! كل عمل - أثناء العرض وبعد نهاية الحلقات - بدلاً من هذا الزعم من الإحاطات والمقابلات والبرام مع النجوم وحولهم ، والذي يحاصرهم في الغالب بأسئلة فارغة حول "المفارقات والمقابلات والطرافة التي صاحبت التدريبات والتصوير" .

(١) مثل : « مجلة المحيط » التي اهتمت بعدة متابعات نقدية لدراما التلفزيونية بشكل تفصيلي ، سمحت به المساحة الكبيرة في مقدمتها كتابات « سوسن الدويك » .

وأخيراً يتمثل حل "مساعد" أمام أعيننا ، وهو : إنشاء أقسام للمتابعة والدراسات وبحوث التلقى - ميدانياً وأكاديمياً - يمكن لها أن تستقصى الاستجابات وتساعد على تطوير النوق العام ونموه إيجابياً . وبالطبع تفعيل ما هو موجود من هذه الأقسام؛ وأخذ أبحاثها ومقترحاتها بمجدية تمكن من دراستها وعرض نتائجها على المسؤولين ، عن كل عمل فني إلى جانب العرض على لجان اختيار النصوص ورقابتها . علاوة على الاستفادة مما عند وضع الخطة لإنتاج جديد . . كما أن هناك ضرورة ملحة للاستفادة من الأبحاث الأكاديمية المتخصصة بكليات الإعلام وأقسام الصحافة ، ودراسات الرأي العام والنقد الفني ، وهي المشكلة التي تعاني منها مجتمعاتنا العربية ، ولم تصل إلى حل ناجح بعد ، لربط الأبحاث والدراسات العملية - سواء في العلوم الإنسانية أم العلمية - بالواقع الحياتي العملي ، وجعلها في خدمته ، على الرغم من أهمية ذلك في الكشف عن متطلبات احتياجات المواطنين وتقديم الحلول العملية ، قليلة التكلفة لها |



## النقد التلفزيوني في الصحافة العربية

ماجدة مورييس<sup>(١)</sup>

**يعمل** المرء في صمت وفي فراغ ، ما لم يكن هناك متلوق لما يقدمه ، مشجع أو مؤيد أو معترض أو رافض لهذا العمل ، فإذا استطاع هذا التشجيع أو الرفض أو حتى الرصد أن يصبح معروفا أو متاحا للآخرين ومؤثرا عليهم ، أو عرضا لهم على الاقتراب من هذا العمل ، أو رؤيته افضل أو تفسير غير المفسر منه ، أو وضعه في إطاره الأرحب والأعمق ، حينئذ تصبح دائرة التلقي كاملة ، وتتبلور العملية إلى نوع من التقييم الذي يحلوها ، فإما أن يرفعها إلى درجة الإبداع ، ويعمد صناعتها كمبدعين أو يؤكد عجزها عن الإبداع أو الارتفاع إلى آفاقه.

ظلت العلاقة الجدلية بين المبدع والناقد تسير وفق للمفهوم السائد طيلة القرن الماضي فيما يتعلق بفنون المسرح والسينما والرسم والموسيقى .. لكن الامر اختلف بالنسبة للتلفزيون ، فقد كان توصيف التلفزيون موضع حيرة للكثيرين ، هل هو فن من الفنون مثل تلك التي ذكرناها ؟ أم مجرد شاشة عرض لأعمال لا تنتمي إليه ؟ أم أنه وسيط يقوم بالمعمليتين معا ؟ أى ينتج أعماله ويقدم إبداعاته مع عرض ما يبدعه الآخرون ، كالسينمائيين والمسرحيين.

ظل الجدل لفترة طويلة حول هوية التلفزيون إلى أن وصل المهتمون به في الصحافة الى حل عملي وهو : أنه كجهاز يقبل كل التعاملات ، وبذلك ارتضى نقاد التلفزيون أن ينظروا إليه من زوايا عديدة هي الزاوية التي تخص أى واحد منهم ، يجلس أمام الشاشة الصغيرة ليتبعها دون تحديد المزاج غالبا ، في فسترة راحية أو فراغ بالنسبة إليه، أو جلسة شاي عائلية تدور الأنظار خلالها حول ما يصدر من الشاشة ؛ خاصة إذا كان مسلسلا دراميا جذابا.

---

(١) ناقدة صحفية .

## التلفزيون .. إشكالية الوسيلة

بشأن التلفزيون في مصر لإرساله عام ١٩٦٠. يحدث رسمي هو : نقل إحدى خطب الرئيس جمال عبد الناصر ، وقد تم هذا في إطار احتشاد جماهيري كبير في مصر وفي سوريا ، أيام دولة الوحدة ، ومن هنا ، ارتبط هذا الجهاز في بدايته بالجانب الرسمي ، وأيضا السياسي باعتباره جهاز الدولة للإعلام أولا ، وهو في هذه البداية يختلف عن بدايات السينما والمسرح في مصر التي بذلتها جهود أهلية فردية ، ومن هنا ، تعامل الكثيرون مع التلفزيون باعتباره جهاز الأخبار والنشرات والمواد السياسية ، وكذلك نحو الأمية في مرحلتها الأولى ، فقد كان أقرب لجهاز خدمات عامة للمواطنين قدمته الدولة بمفهوم بعيد عن أي ربح أو مقابل ، إلا في المرحلة الأولى جدا الذي سمي بـ «تلفزيون» ، والتي ما لبثت أن ألغيت بعد فترة وجيزة جدا ، بعد سرعة تناوله واقتنائه بالملايين لدى الناس . ومن ثم ، أصبح بالإمكان رصد كل بيت اشترى جهازاً (وأين هو جهاز التحصيل الذي يقوم بهذه المهمة) ، ثم ما تأكد لدى القائمين على الدولة مع تغلغل الفكر الاشتراكي أن التلفزيون لا يجب أن يكون على غرار الفكر الرأسمالي أن كل شيء فيه مدفوع الأجر ، بل هو جهاز خدمات عليه مسؤولية نشر كثير في ظل التحول الاشتراكي في ذلك الوقت .

لذلك ، فعندما بدأت قدرات العاملين فيه تتطور في اتجاهات جديدة مثل الأفلام التسجيلية وبواكر الدراما المصورة بالفيديو وكذلك برامج المنوعات وهي قدرات إما تبلورت في مصر على أيدي خبراء أجانب أو في الخارج ، من خلال البعثات التي أرسلها المسؤولون عنه ، فإن هذا الجهاز خلع عنه هاتين فكرتين أي ربح ، لكن على الرغم من كل ذلك فإن الجديد ؛ أي الجانب الفني الإبداعي لم يتغلب على الجانب الإعلامي الخدمي أو الجانب السياسي .

كانت المشكلة بالنسبة لمن يريد أن يكتب عن التلفزيون هي .. أي مجال للكتابة ، فأمام صندوق الدنيا الجديد من الصعب أن تختار بحياد كامل ؛ لأنك كمشاهد وناقد ترى كل شيء بداية من نشرة الأخبار ، ونافذة على العالم إلى مباريات الكرة ، وحوارات المسؤولين وبرامج المنوعات والفوازير ، ولأن نظريات النقد التي وضعها «أرسطو» لم تصل إلى توقع ميلاد شاشة تطرح كل شيء في الحياة ، سواء عن مسجل أم عن طريق البث المباشر ، فإن القضية لم تعد هي : أي المواد التلفزيونية أحدر بالنقد؟ وإنما أية مادة أو برنامج يستفز الناقد للكتابة عنه ، وهي ما يعني تبادل المواقع في العملية النقدية ، فإذا كان الناقد السينمائي أو المسرحي يختار ما يريد الكتابة عنه ويذهب إليه متأهبا ، فإن الناقد التلفزيوني

غسبر مطالب بهذا كله ، ففي أى وقت يتاح له ما بين أوقات حياته ، يمكنه أن يرى مادة تليفزيونية ويكتب عنها ، حتى لو كان شكل المذبة أو أسلوب نطقها أو فقرات الربط .

### الوسيلة .. والنهج

خلق التليفزيون - كجهاز بث شامل لكل أنواع البرامج والأعمال - جيشاً من المتابعين له ، والذين يتميزون عن جمهوره العريض بامتلاكهم مساحات للكتابة في الصحف والمطبوعات بمختلف تياراتها وانتماءاتها ، كانت العملية مغرية لمن أراد الكتابة عن التليفزيون ، فليس هناك مانع مهنى أو معيارى بالإضافة إلى وجود رصيد متزايد من الكتابات لغير المتخصصين عن هذا الجهاز ، بالإضافة طبعاً إلى أنه كوعاء يقدم كل شيء ، وتزايد ساعات إرساله وتعدد قنواته أرضياً قبل أن تصل إلى البث الفضائى ، أصبح معرضاً لأخطاء عديدة في البرمجة والأداء أو احتلال المواعيد وبالتالى فتح شهية كل من لديه الإمكانية للكتابة عنه لفعل هذا ، وهو ما يمكن أن نطلق عليه مبدأ ( تعميم النقد أو عموميته ) ، لكننا من جهة أخرى لا يمكننا إطلاق الصفة للهيئة نفسها على من يقوم بهذا النقد ، مثلما يحدث مع نقاد السينما والمسرح والموسيقى والفن التشكيلى مثلاً ، فلا يمكن لمن يكتب عن إلقاء قارئ النشرة ، أو لون شعر المذبة أن يُطلق عليه ناقد تليفزيونى ، ومع ذلك فإن أغلب الكتابات عن التليفزيون تنتمى لهذه النوعية من النقد ، أى الانطباعات الشخصية عن هذا البرنامج أو هذا المقدم .. إلخ .

من المؤكد ، أن التليفزيون - كجهاز بث شامل - يحتاج إلى من يصوب ويقيم ما يقدم على شاشته ولكنه - كجهاز إعلامى وفق مهم - واجه موقفاً عصبياً من هيئات المجتمع ومنظّماته ، هو : عدم الاعتراف به في البداية وبامتدحائه للدراسة والبحث ، حتى إنه لم يحظ برعاية علمية وأكاديمية منظمة للتعامل مع ما يقدمه ومعه كوسيط جديد ، إلا عند إنشاء كلية الإعلام وتخصيص قسم للإذاعة والتليفزيون بها عام ١٩٧٠ ، ثم توالى إنشاء أقسام لدراسة الإعلام في جامعات أخرى بمصر ، إلا أن منهاجها خاصاً بالنقد التليفزيونى لا يزال غالباً مع أهميته الشديدة ، كذلك ينطبق هذا على أكاديمية الفنون بالمصر ، ومعهد السينما فيها الذى يلتحق قسمًا للنقد الفنى التابع للأكاديمية نفسها ، يقدم دراسات عليا لطلبة وطالبات متخرجين من كليات أخرى ، يتم قبولهم بعد امتحانات مسبقة تحدد مدى ميولهم وثقافتهم في هذا الاتجاه ، وهو يقدم دراسة تنمى حاسة التلوق لديهم في مجالات الفنون ، كلها لكنه ليس معنياً بالتليفزيون .

## إشكالية الفن والقالب

يرفض الكثيرون من المثقفين والنقاد نص التلفزيون بأنه : جهاز لإنتاج الفن ، ويقولون : إنه جهاز لعرض الفن فقط، وهم يقصدون بهذه المسلسلات الدرامية والتلفزيونيات ، مؤكدين أن تلك الأعمال هي نوع من الدراما الموجهة والمهذبة رقائيا بفعل محظورات عديدة تمس كل ما يتعلق بأمن الأسرة، باعتبار أن دراما التلفزيون هي - أساساً - دراما العائلة ، أو الدراما الموجهة لكافة أفراد الأسرة والتي لا ينبغي لها أن تطرح موضوعات حرجية أو حساسة ، أو لا يصح عرضها على البعض مثل السينما.. وقد أفلحت هذه الآراء بالفعل في صرف عديد من النقاد الجادين عن متابعة مسلسلات التلفزيون وسهراته الدرامية ، لأنها قللت من قيمتها ابتداءً، على الرغم من أن العقد الماضي شهد عددًا لا يستهان به من مسلسلات الدراما التلفزيونية ، التي فالت في إبداعها كثيرًا من أفلام السينما التي أنتجت في الوقت نفسه.

ومن ناحية أخرى فإن إشكالية الفورم أو القالب ، أصبحت هي المانع الأول أمام المسلسلات التلفزيونية للكتابة عنها نقديا ، وحيث يستعصى - على النقاد القادرين على إقامة نقد حقيقي بناء - الانتظار يوميا لمدة شهر أو أكثر لمتابعة أحداث المسلسل، وهو أمر مكلف بالفعل في زمن تزايد فيه صعوبات الحياة ، ولا يستطيع الناقد فيه أن يقتطع من وقته كل هذه الساعات للمتابعة المدققة ، خاصة وأنه مهما كانت جدية العمل وقيمه فدانًا يحتوي على جزء متزايد في شكل تكرار مشاهد ومعان وإطالة من أجل الوصول إلى الحد الأقصى من الحلقات بحثًا عن الربح الذي تلجأ إليه الشركات المنتجة لهذه المسلسلات ، حيث إن هناك علاقة طردية نشأت مبكرًا بين تكلفة هذه المسلسلات وعدد حلقاتها. فكلما قل عدد الحلقات ، ضاعت فرصة المنتج في الربح لظروف التسويق في الرقعة العربية الضيقة ، وهنا يصبح على الناقد الجاد أن يختار بين برجمة حياته لمدة طويلة وفقا لطبيعة هذا النوع من المسلسلات أو الاستغناء عن مشاهدتها ، أما الناقد غير الجاد ، فمن الممكن أن يكتب عن العمل عبر مجسات لبضع حلقات متفرقة منه ، وهو ما لا يحدث بالطبع في نقد الفيلم السينمائي أو المسرحية ، فالقالب الذي لا يتجاوز الساعتين أو الثلاثة ، لا يحتاج إلى أية معاناة .

## الصحافة العربية والنقد التلفزيوني

لا يختلف الأمر كثيرا في الصحافة العربية عن المصرية ، وعلى سبيل المثال فإن صحفيي (الحياة) اللبنانية والشرق الأوسط) السعودية ، والذين تعتبران منتشرتين عربيا، ولكل منهما ملحق خاص بالفن صباح كل جمعة ، بالإضافة إلى ما يكتب يوميا، فإن ما يكتب يتم التعامل فيه مع التلفزيون من جلال

بحوم ونجمات التمثيل غالباً وأحياناً المؤلفين والمخرجين ، وبعد انتشار « فن الكليب » أصبح نجوم الفيديو كليب هم أصحاب الموضوعات الأكثر عدداً ، وبينما تخصص الشرق الأوسط نسبة من ملحقاتها لتقديم عرض للسلسلات التلفزيونية وسرد قصصها أو الحوار مع صناعها، فإن هذه النسبة في الحياة تستحوذ عليها بعض الآراء النقدية التي يغلب عليها الجانب الفكري والتنظير ، وتتفق كلتاها في عدم نشر نقد جاد للسلسلات على غرار نقد الأفلام ، بالإضافة إلى اتفاقهما على الكتابة عن القضايا الالافسة الآن في ساحة التلفزيون ، مثل : الفضائيات العربية ونجومها وقضايا العولة وتأثير البرامج المستوردة على المشاهد العربي .. إلخ.

### الفضائيات العربية والنقد التلفزيوني

خلقت الفضائيات العربية ساحة جديدة للنقد التلفزيوني لم تكن متاحة قبل عصر البث الفضائي، واستطاعت هذه الفضائيات جذب المشاهد بقدرتها على توسيع مجالات عملها ، والتخصص في بعض هذه المجالات . وعلى سبيل المثال : فقد فتحت الفضائيات آفاقاً واسعة للبرامج الإخبارية والسياسية ، فأصبحت هذه البرامج من خلال منهج جديد أكثر جاذبية ومقدرة على مخاطبة عقل المشاهد ، وبالتالي أصبح وجود قنوات إخبارية متخصصة أمراً مقبولاً بينما كان غير متوقع في الماضي ، وبالطبع ، وحصل التخصص إلى نوعيات أخرى من المواد مثل الأغاني حتى صارت قنوات الفيديو كليب هي الأكثر عدداً بين القنوات الخاصة التي تنطلق بسرعة عبر شركات واحتكارات لنجوم الغناء في العالم العربي ، وقد استطاعت أيضاً أن تحترق الخطوط الحمراء للمجتمعات العربية المحافظة فيما يتعلق بالمقبول في الشكل والمضمون ، أيضاً فإن برامج المسابقات التي تعدل للمشاهد بالفوز بمبالغ مالية كبيرة أو تلك التي تنتمي إلى (برامج الواقع) والتي أعادت عن أصول برامج أوروبية ، كلها أضافت إلى النقد مساحات أوسع ومفردات جديدة ، أصبح لابد من التعامل معها بموجب منظومة الانفتاح والعولة التي أصبح البث الفضائي والمباشر والرقمي ضمن تجلياتها .

من هنا ، حظيت الفضائيات بمجهور ضخم لا يعترف بالحدود السابقة المتعارف عليها أمام البث المحلي ، وأصبح على الناقد ان يتعامل معها ومع كل متغير جديد باهتمام شديد ، وإذا كانت المقولة القديمة المعروفة بأن ( الناقد هو ضمير عصره ) لا زالت صالحة فإن الإشكالية الآن هي في اتاحة فرص أوسع أمام هذا الضمير في وسائل الإعلام المقروءة والمرئية ، واعتبار أن العملية النقدية جزء مهم من العملية الإبداعية والبنائية للعمل الإعلامي الذي يحمل في ثناياه أهدافاً متعددة ، مثل نشر الوعي الصحي

#### أوراق العمل

والثقاق وتنوير المشاهد ووضعه على طريق العلم والمعرفة ، والتعامل مع منجزات العصر ، وكذلك تنمية وعيه بالقضايا الأكثر إلحاحا مثل الديمقراطية وحقوق الانسان ، والوحدة الوطنية . إن الناقد الجاد ليس مطرب السامر الذى يجب أن يطرب الحى جميعه ، ولكنه صوت العقل والموضوعية والزاهة الذى يتوارى كثيرا ؛ لأنه لا يجد مساحات كافية للنشر ، أو يجد نفسه غريبا وسط موجات من الكلام العمومى الشخصى والانطباعى الذى يقدم للقارئ على أنه نقد .

## تجربة راديو وتلفزيون العرب

صالح عبد الله كامل

بسم الله الرحمن الرحيم

والحمد لله رب العالمين

والصلاة والسلام على نبينا الأمين .. أما بعد .

أصحاب المعالي والسعادة .. السيدات والسادة ..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ..

**أقول** بداية ، بالشكر والتقدير إلى معالي أعي الأستاذ / صفوت الشريف : الراعى الحقيقى لهذه المنظومة الإعلامية الرائدة ، فى ظل الدعم والمساندة التى يحظى بها من مقام فعامة الرئيس محمد حسنى مبارك ... حفظه الله ورعاه . وفى ظل المتابعة الدائمة من رجال الإعلام المصرى فى كافة قطاعاته ، وكم يسعدنى أن أكون اليوم واحداً من هذا اللقيط الطيب الذى ينشد بصدق إعلاناً عربياً نقياً يسهم فى الارتقاء بالفكر العربى .. ويزيد من ترابط الشعوب فى وقت نحن أحوج ما نكون فيه إلى التوحيد والانصهار فى بوتقة التكاتف والتآلف ..

أيها الأصدقاء ..

فى ظل الانفجار السكانى الهائل فى عالمنا العربى .. وفى ظل الأزمات الاقتصادية التى تضرب بأسواق العالم شرقاً وغرباً .. فإن الحكومات اتجهت إلى الاهتمام بوضع السياسات العامة لكافة مناحى الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، مع العمل على توفير الاحتياجات الأساسية والضرورية لمواطنيها ، متعلية فى الوقت نفسه عن هيمنة الدولة على النشاط الاقتصادى والثقافى ، خاصة فى المجالات ذات التكاليف العالية التى ترهق ميزانيتها وفى مقدمتها الإعلام والرياضة ؛ فكان لا بد لها أن تتيح الفرصة للقطاع الخاص للاستثمار فى هذه المجالات ، وتحمل عبء توفير مستلزمات تطويره من معدات وأجهزة تعيين المبدعين والفنيين على الإبداع ، وتقدم العرض المبهى أو المقبول لدى جمهور مشاهدى السيم ، واستلاك حقوق الأحداث والمناسبات الضخمة خاصة الرياضية منها والتى تعجز الحكومات فى إمكانية توفيرها .

ومن هنا ، بدأت - كمستثمر عربي وكمواطن عربي أولاً وأخيراً - في التفكير للاستثمار في المجال الإعلامي وتسخير إمكانياتنا للمساهمة في نمو الإعلام العربي في ظل الظروف التي تحيط بالإعلام والإعلاميين .. مقارنة بظروف أفضل تحيط بالإعلام الغربي الذي أخذ - بدافع من الزهو - بممارسة تأثيره للغرور على عقول شبابنا .. خاصة مع عودة أنواج كثيرة من الحريجين إلى أرض الوطن .. بعد ما تعرضوا للشحنات مليئة بالإهمار والتطوير ، رغم عواء المضمون وفراغ المحتوى ، وقد بدأت نحرقتنا المتواضعة في العام ١٩٦٩م ، عندما أنشأنا الشركة العربية للإنتاج الإعلامي في مدينة الرياض .. والتي قامت بإنتاج المقامات من المسلسلات الهادفة ، والتي خضعت جميعها لمواصفات مليئة بالقيم ومعايير ثابتة للأخلاق ، والتي ترسخ العادات الأصيلة ، وتنمي التقاليد المحافظة على الموروث بروح تتسق مع العصر الذي أتتحت فيه . ثم ، وبالشراكة مع عدد من المستثمرين قمنا بتأسيس قناة MBC الفضائية .

ثم كانت انطلاقتنا الثالثة في مجال الاستثمار العربي في المجال الإعلامي .. حيث انطلقت القنوات المتخصصة لشبكة راديو وتلفزيون العرب .. في عام ١٩٩٣ ب قناة للأنواع ثم الرياضة .. ثم الأفلام ثم الأطفال .. وتفرعت الأصول إلى فروع لتمنح مساحات أكبر للمشاهدة والإبداع .. وهو ما تطلب الكثير من الجهد ، والكثير من الإنفاق ، في محاولة جادة للحفاظ على السلوك القويم والخلق الرفيع بشكل أكثر تخصصاً ، وبمفردات تليق بمشاهدي هذا القرن الذي أضحي فيه الإعلام " خاصة المرئي " لغة التفاعل والتحاو و البحث عن الحلول وتحليل المشكلات ..

ولكن السؤال الذي يطرح نفسه اليوم .. وبعد كل هذا الجهد وكل ذلك الإنفاق .. هو: " هل حقق قطاع الإعلام الخاص كل أهدافه المعلنة .. أو أبا منها .. وهل هو سائر على الطريق الفعلي والصحيح لتحقيق ذلك ؟

ما يمكن الإجابة عنه مبدياً أنه : حقق الإهمار .. وعلى الرغم من الكلفة الباهظة للحصول على عناصر الإهمار التلفزيوني .. يظل الجزء الآخر من السؤال ..

وماذا غير الإهمار؟؟ أو ماذا بعد الإهمار !!

وهل تم الاسهام الفعلي في زرع سلوك مثالي يقطف المشاهد ثمره .. هل أحسن القطاع الخاص أم أساء ؟ ولأنني أحد المعنيين بالإجابة عن هذا السؤال ، أو ربما أحد المتهينين المطالبين بالجواب ..

فسأبدأ الإجابة .. مستصحها ما كان يقوم به الإعلام الحكومي البحث الذي كان مجللاً بكساء رقابي مهيب ، يفرض بوقار المادة التي تدخل بيوت المشاهدين .. وهو يدرك أن الأسرة لم يكن لديها ما تجتمع عليه للتسلية إلا ذلك الجهاز المرئي .. والذي كان على الرغم من ضخامته وصلابته أميناً .. ولطيفاً مراعيًا لقيم وتقاليد الأسرة .



وهكلنا وللأسف الشديد .. ما نشاهده اليوم في المحطات الفضائية اقترن بالإهمار شكلاً ، وغاب المضمون فعلاً ؛ فكانت هذه المفارقات المضحكة للمبكية في ظل انعدام الرقابة ، فانفلت الأمر في منطقتنا الحرة والتي هي أرض الديانات ومهد الحضارات التي اعتمدت على الأخلاق قبل الرسالات ، وعليها مناسبة طيبة في ساحة هذا الصرح الإعلامي الرائد ، ومع تواجد هذه النخب القيادية والرموز الإعلامية العربية ، أناشد فيها الناقلين بوضع شروط وطرح معايير على المحطات الصاعدة من أقمارهم إلى عيون الناظرين ، تراعى الثوابت الأخلاقية وتحمى السلوك العام وتصور للإعلام أهدافه ورؤاه، بعدما باتت مشاهد الجنس شبه الكاملة تعرض عبر محطات أجنبية بخطأ عربي وعلى أثر قمر عربي .. في الوقت الذي كان شعارنا جميعاً حين انطلقنا هو : مناقسة المحطات الأجنبية ، وشد أبنائنا وبناتنا بعيداً عنها ؛ لأننا نعلم أن تحطيم ومفسدة الخلق هي بغيتها ، وأن فساد الدين هو الهدف .. وإلا انطبق علينا نقْدُ إمام الدهاة الشيخ الشعراوي رحمه الله حين قال في شارع عماد الدين ..

" فشارع عماد الدين تسميته وإنما لعناد الدين قد جعلاً "

وإذا كنا مغربين بالغرب ، لدرجة نقل فتواتهم كما هي ومصحوبة بترجمة عربية .. فإن علينا أن نحلو حلومهم في احترام ملكية الحقوق ..

ونحن في إيطاليا ، وقمنا قبل انطلاق البث على تعهد يلزمنا بذلك .. وحين عالفنا ذات مرة نتيجة خطأ بشري .. واحمونا سريعاً بالتهديد بإيقاف البث وقطع الإرسال .. بينما يرفض المسؤولون عن الناقل "عرب سات" التدخل في هذا الأمر الذي هو عرف عريق متبع يتعلق بحماية الحقوق .. ولنا مع ذلك تجربة معاكسة لتجربتنا مع الطليان .. ولن أفرج في تسمية الأشياء بأسمائها .. فمحطة "إرتريا" الفضائية العزيزة .. اعتادت أن تأخذ كل ما ليس لها فيه حق .. حتى وإن كان مناسبات تتكلف عشرات أو مئات الملايين من الدولارات دون وازع أو وادع أو قانون يحمي ملكية الآخرين .. طالما أن المعتدى يرفع قيمة السمة القمرية لمجلس إدارة "العرب سات" ..

وقد لا أكون ملائماً إذا ما انتهزت هذه المناسبة الإعلامية .. ليس بصفتي أحد المشاركين فيها .. ولكن بوصفي أول المتلقين لخدمات الفضب التي يهדר بها البعض خاصة في الإعلام الرياضي .. والذي يعترف بكامل إرادته أن الرياضة صناعة عصبها المال والتمويل .. حين يرتبط الأمر بالإعلان في صفحة أو تمويل بطولات يحرص دعاية على إقامتها .. ويصاب بنوبة عكسية حين يتحول المشهد إلى شاشتنا فتصبح المسألة استغلالاً للفلاحة .. وحرماناً للمقهورين .. وحرماً شعواء على فكرة التلفزيون المدفوع ، وكأنهم يوزعون الصحف التي يهاجمون فيها بالهائم .. أو كأنهم لا يتقاضون مقابل ماذا عن صفحة الوفيات .. أو الجمعيات الخيرية والمستشفيات !! ظنا منهم أن المشاهد الأوروبي أو الأمريكي يتمتع بمشاهدة مجانية .. وكأنهم لا يدركون أن القنوات المفتوحة هي قنوات مدفوعة القيمة مقدماً بجمرية القانون ، وهي نوع مماثل للتلفزيون المدفوع الذي يحاربونه ..

نفسي الولايات المتحدة الأمريكية .. قامت الحكومة الأمريكية بمحاطبة كل الولايات من أجل زيادة الضرائب على المشاهدة التلفزيونية مع بداية عام ٢٠٠١م على الفرد الواحد بواقع ١٥ سنتا لكل قناة مفتوحة تبث في الولاية .. وتقع تحت شريحة الضرائب الضمنية المدفوعة مع الضرائب السنوية للفرد .. هذا مع حماية ووجود القنوات التلفزيونية المدفوعة بالكامل عبر الأقمار أو الكوابل .

وحين شكا أحد النزلاء متحعا لمائيا بسبب ارتفاع الضريبة المقررة عليه .. أكد المسئولون بالأوراق الرسمية أن الفندق تتم محاسبته ضريبيا على مشاهدة القنوات المفتوحة التي تبث في فندقه وهي مفروضة من الحكومة الألمانية..

وفي الوقت الذي يهر البعض على تقدم كل شيء بالهجان للمشاهد العربي .. مهما تكلف أصحاب الحقوق من فئ ، أكدت قناة "بلومرج" الأوروبية المتخصصة في سوق الأوراق المالية .. على وجود إحصائية تؤكد أن الفنادق التي تقدم خدمة القنوات المدفوعة في الغرف تغطي بنسبة نزلاء أكثر من الفنادق التي تعتمد على القنوات المحلية ، وقد أكد التقرير أن قنوات المشاهدة المدفوعة أصبحت أهم الموارد المالية بالنسبة للأندية في كل الألعاب ..

وجاء في التقرير :

- ١- قناة CNBC هي أكثر القنوات دعماً لرياضة الهوكي .
- ٢- قناة ABC هي أكثر القنوات دعماً لرياضة كرة السلة .
- ٣- قناة FOX SPORTS هي الأكثر دعماً لكرة القدم الأمريكية .
- ٤- قناة TNT هي الأكثر دعماً للبيسبول .

ولقد أكد عديد من الأندية الأمريكية أنه لولا بيع حقوق البث لقنوات المشاهدة المدفوعة ، لما كانت الرياضات الأمريكية حققت هذا الازدهار والانتشار ، ولأنفس عديد من الفرق .

والغريب ، أن بعض من يهاجموني يطلقون على دوري أبطال العرب .. بطولة تلفزيونية أو بطولة الديكودر .. وهم لا يكتفون بهذا .. فبعد تحريمهم للبطولات التلفزيونية .. يناصرون سارقي هذه البطولات عبر أسلاك الشبكات غير النظامية .. على الرغم من محاولات الحكومة المصرية والتي بدأت تحارب هذه السرقات حماية كما عودتنا للحق وأصحابه .. نجد بعض الصحف تدافع عن الشباب المصري المكافح العامل في هذه الشبكات غير القانونية من حيث التوزيع والترخيص .. وكأنه مساندة لمبدأ .. " أعط لمن لا يملك لمن لا يستحق " ... على الرغم من ذلك مضت تلك الصحف في تأليب الرأي العام على أصحاب الحقوق وتدفعهم إلى الاستمرار في عمل مهدد باللاحقة .. بينما تحاول تعطيل مسيرة الشركة الرسمية التي بناها التلفزيون المصري CNE بالتعاون معي ، والتي لديها الآن مائة

فرع يعمل في كل فرع مائة شاب مكافح، أى : إن هذه الشركة الرسمية خلقت عشرة آلاف فرصة عمل لعشرة آلاف شاب مصري مكافح . والسؤال الذى يطرح نفسه في هذا الصدد : ماذا لو قامت مجموعة من الشباب المكافح بتأسيس مطبعة يمنية ، وقامت بإعادة طبع صحف لا تملكها وباعتها أهل سئدعمهم الصحف الرسمية الأخرى وتطالب بمنحهم فرصاً من أجل الشباب المكافح؟ وهل سيقف الصحافيون موقف الحياد ؟ المسألة أيها الأعزاء .. مسألة مبدأ . وليست كفاً ، فأى كفاح لا يستند إلى شرعية ومبدأ يتحول إلى قرصنة وفوضى.

وفي هذا الاجتماع الكريم .. أعود إلى الحديث عن المحتوى والمضمون في مجال الإعلام الخاص.. وأعود إلى الإجابة عن الشطر المهم في السؤال المطروح : هل أحسن القطاع الخاص في الإعلام أم أساء إليه ؟ وسأجيب عن هذا الشق ، وأقول : للأسف وبمرارة ، إننا سامنا في الإساءة إلى كثير من المضمائن، حيث أغفلنا المحتوى ، وتسبب الانفلات الرقابي في انسياق التلفزيون الحكومي مع التيار بنواحي المنافسة وهربا من الركود والجحود ..

ولعل المرء قد يندم من كثرة المخططات الخاصة ، وكيف لما بتفطية نفاقاً وتحقيق الأرباح ، أم أن الفرض من إنشائها للوجاهة الاجتماعية فقط، ولأننى على علم بكل أحوال المخططات ، فلا توجد سوى عجلة أو عجلتين تحمقان ربما.

ونحن في شبكة راديو وتلفزيون العرب .. بفضل الله تعالى ، ثم برؤية صائبة من معالي الأستاذ صفوت الشريف .. حين أوردنا إلى خفض الأسعار لتتصور في متناول الغالبية العظمى .. وقد فعلنا .. واستطعنا والحمد لله أن نصل اليوم إلى نقطة التعادل .. وبعون الله سيبدأ الربح غداً أو بعد غد .. في ظل الالتزام بالأسس والاحترام للحقوق : ملكية وفكرية.. وللالتزام والاحترام وجه واحد .. أما لعدمهما فهناك أوجه عديدة .. بعضها للأسف تمارسه الحكومات . فبالأمس ، كانت الوزارات الإعلامية تشتري المسلسلات والبرامج لغرض البث الأرضى .. أما اليوم وقد أصبحت كل المخططات الحكومية التلفزيونية فضائية دون مراعاة لشروط البث الأرضى .. مما يعنى أن محطة فضائية عربية واحدة قادرة على حمل المسلسل مباشرة إلى كافة الدول العربية .. وهو ما أضرب بحق المنتج الأكبر ..

فبعد ما كانت مصر تبث المسلسل الواحد لعشرين بلداً لبثه أرضياً .. أصبح الأمر لا يتعدى ٥ أو ٦ بلدان .. بحكم اعتماد المشاهدين في دول مجاورة على إرسال محطة مجاورة فضائية .. ولأن لمصر الريادة والإبداع ، فقد كان الإنتاج المصرى هو أكثر المتضررين بشكل مباشر أو غير مباشر ، حتى حين فرض - تقديرًا لظروف الأشقاء - زيادة رمزية على الحقوق الفضائية لا تتلاءم مع طبيعة الأمور الاقتصادية .

## أوراق العمل

وشهادة حتى أقولها في هذه النقطة : لو توقف الإنتاج المصري ، أو بيع بسعره الاقتصادي الفعلي .. لأغلقت الكثير من المخططات أبوابها ولسّرت العاملين فيها .

وجه آخر لعدم احترام الحقوق هو ما مارسه محطات حكومية بيث مواد ومناسبات لم تدفع لها أصلاً أي ثمن أو تحصل على إذن بها .. والمصيبة أنك لا تجد جهة إعلامية عربية قادرة على التصدي لهذه القرصنة الرسمية .. على الرغم مما تسببه من خسائر فادحة لأصحاب الحقوق الشرعيين ، وهو ما أنادى به اليوم كل الناقلين بضرورة السيطرة التامة على شرعية الملكية للذي تبته القناة للمنطقة من أحد الأقسام العربية .. حتى نبداً ممارسة الدور الرقابي الفعال على إعلامنا الخاص والعام معا .. لنصل جميعاً بحول الله إلى تحقيق أفضل النتائج المرجوة من كل هذا الاستثمار المالي الهائل .. علنا نفلح في تفعيل الآثار الثقافية والحضارية لأمة ترعرع الحق على هضابها ، وتمت المواقف في رباعها ، وعاشت تدافع عنها وتنادي بها ..

ولعلنا في غمرة هذا الالتزام بخط إعلامي هادف على ضفتي الإعلام الخاصة والعام ، نعيد تشكيل الثقة المتسربة من بين أيدينا لنجدها وعيا وفهما لمطلوبات العصر ، والتي تراكمت عليها طبقات من غبار الحسوف حتى وصلت حد العقدة النفسية كنتيجة حتمية لتصادم المفاهيم بين قناة وأخرى على القمر نفسه .. وتضارب الطرح والتناول بين قنوات القمر والقمر المجاور .. مما أسهم بشكل سلبي في تنامي الصراع حول الهوية والشمولية من جراء تصادم الفضائيات العربية ، سعياً إلى كسب هذا السوق على حساب الآخر .. ووفقا لميول القيادات الإعلامية الخاصة لإرضاء للممول ، أو كسباً لرضا البعض على حساب البعض الآخر ، وهي مسألة ما كانت لتظهر بهذه السلبية لولا افتتاح الفضاء دون رقابة أو تدخل يضمن الحد الأدنى من الإنفاق على رؤية موحدة ؛ من أجل مشاهدة جماعية توحد ولا تزيد الناس فرقة .. وتجمع ولا تدعو النفس إلى مزيد من الشتات.

ولعمل التمازج المطلوب بين القطاع الإعلامي الخاص والعام يمكنه التركيبة المتجانسة في الفكر الإعلامي الواحد .. لأننا جميعاً في النهاية نخطب مشاهداً واحداً .. مستغلين هذا التطوير الهائل في عالم الاتصال الذي يمكننا اليوم من عقد المناظرات وإثراء الحوارات بين أبناء الأمة من محيطها إلى خليجها في وقت واحد .

ونفككم الله لما يجب ويرضى .. وأعانكم الله وأعانتنا على تقواه في مواطنينا وأوطاننا .. فهم الربيع الحقيقي وهم المكسب الباقي ..

وأخبر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبينا المصطفى وأنبياء الله أجمعين ..

## الخاتمة

ببليوجرافيا شارحة معقّرة للتراث العلمى من الدراسات

العربية حول القنوات الفضائية خلال الفترة

(١٩٩٢ - ٢٠٠٤)

نهى عاطف العبد

أولاً : الدراسات التحليلية حول مضامين القنوات الفضائية

(أ) دراسات حول المضمون الإخبارى فى القنوات الفضائية:

- ١ - دراسة "غسان إبراهيم حرب" (٢٠٠٤) بعنوان "معالجة قضية الصراع الفلسطينى الإسرائيلى فى الفضائية الفلسطينية والفضائية الإسرائيلية"<sup>(١)</sup> على عينة من النشرات الإخبارية الرئيسية فى الفضائية الإسرائيلية والفضائية الفلسطينية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :
  - جاء توزيع الأخبار فى النشرات - عينة الدراسة - حسب طول الخبر إلى : غير طويل (٤٢,٧%) ، غير متوسط (٣٥,٩%) ، وغير قصير (٢١,٤%) .
  - جاء ترتيب أخبار الصراع الفلسطينى الإسرائيلى فى النشرات - عينة الدراسة - : ورد فى الوسط (٧٠,٤%) ، وورد فى المقدمة (٢٩,٦%) .
  - جاءت أهم الأشكال الإخبارية المستخدمة فى أخبار الصراع الفلسطينى الإسرائيلى الواردة فى النشرات - عينة الدراسة - : غير ومخط إخبارى آخر (٨٤,١%) ، وغير فقط (١٥,٩%) .
  - جاءت الصورة تضيف إلى النص الإخبارى فى (٥٠,٤%) من الأخبار - عينة الدراسة - ، وجاءت مطابقة تماماً للنص فى (٤٧,٤%) من الأخبار - عينة الدراسة - ، وكانت لا ترتبط بالنص فى (٢,٢%) من الأخبار - عينة الدراسة - .

(٢) مدرس مساعد بكلية الإعلام - جامعة ٦ أكتوبر .

(١) غسان إبراهيم حرب . معالجة قضية الصراع الفلسطينى الإسرائيلى فى الفضائية الفلسطينية والفضائية الإسرائيلية : دراسة مقارنة . رسالة ماجستير . القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية ، (٢٠٠٤) .

٢ - دراسة " هبة شاهين " (٢٠٠٤) بعنوان " المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية " <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٣٠ نشرة إخبارية رئيسية من نشرات القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:

- احتلت قضية الصراع العربي الإسرائيلي ، المرتبة الأولى في قائمة القضايا العربية التي تناولتها القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية في نشراتها ، تليها القضية العراقية .
- برزت المضامين السياسية ، العسكرية ، الاقتصادية ، والاهتمامات الإنسانية في معالجة قضية الصراع العربي الإسرائيلي والقضية العراقية في نشرات القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية .
- اتسمت معظم أدوار القوى الفاعلة الفلسطينية والعراقية بالسلبية ، بينما جاءت الأدوار الأمريكية والإسرائيلية إيجابية ، وتفاوتت السمات والأدوار المنسوبة للأطراف العربية وفقاً للأيدولوجية الإسرائيلية .

٣ - "دراسة إيمان جمعة" (٢٠٠٣) بعنوان " معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية " <sup>(٢)</sup> على عينة من برامج قناة الجزيرة ، خلال الفترة من ٢٠٠٣/١/١ وحتى ٢٠٠٣/٢/٢٨ ، وبلغ عدد الحلقات التي تم تسجيلها ٥٩ حلقة برامية ، بالإضافة إلى دراسة تحليلية على عينة من الصحف : (الأهرام - الحياة - الشرق الأوسط ) خلال فترة الدراسة بأسلوب الأسبوع الصناعي ، وتوصلت الدراسة فيما يخص بعثة البرامج التلفزيونية إلى عدة نتائج ، أهمها :

- جاءت أنماط الجمل في المعالجة الخيرية لقناة الجزيرة كالتالي : جمل تقريرية إيجابية، جمل تقريرية سلبية، جمل توقعية إيجابية ، جمل توقعية سلبية ، جمل حكمية سلبية ، وجمل حكمية إيجابية .
- أهم زوايا الصراع الأمريكي - العراقي التي تم تناولها في قناة الجزيرة ، هي: ضرورة توازن القوى بين الدول في منطقة الشرق الأوسط ، مساوئ الوجود الأمريكي بالمنطقة العربية ، نزع أسلحة الدمار الشامل من إسرائيل ، استفادة إسرائيل من الغزو الأمريكي للعراق ، ازدواجية السياسة الأمريكية ، دور الأمم المتحدة ومنظماتها ، دور جامعة الدول العربية ، وغياب الديمقراطية في العالم العربي .

(١) هبة شاهين . المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية . في : المؤتمر العلمي السنوي العاشر . (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤) .

(٢) إيمان جمعة . معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية (مرحلة ما قبل الحرب ) دراسة تحليلية لأخطايات الممارسة الإعلامية . في : المؤتمر العلمي السنوي التاسع . (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣) ص ١٩١ - ٢٢٧ .

٤ - دراسة "جيهان يسرى" (٢٠٠٣) بعنوان "القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل"<sup>(١)</sup> على عينة من النشرات الإخبارية الرئيسية المذاعة على القناة الفضائية الإسرائيلية في الفترة من ١٩ ديسمبر ٢٠٠٢ حتى ١٧ يناير ٢٠٠٣ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- تشكل المادة الإخبارية (٣٧%) من إجمالي ساعات البث اليومي للقناة ، ويتم فيها الاعتماد على مذيعين عرب تحقيقاً لجداً مصداقية المصدر .
- تنوع أسلوب تقديم الأخبار في النشرة العربية بالفضائية الإسرائيلية ، وقد غلب عليها الجمع بين أكثر من أسلوب في تقديم الخبر الواحد بنسبة (٦٣%) ، تليها مذيع ورسالة وحوار (١٦%) ، ثم مذيع فقط (١٥,٨%) ، ومادة فيلمية فقط (٥,٢%) .
- يوجد ارتفاع في نسبة الأخبار المفسرة بنسبة (٥١,٦%) ، بينما بلغت نسبة الأخبار المجردة (٤٨,٤%) من إجمالي عدد الأخبار - عينة الدراسة - .

٥ - دراسة "أشرف جلال حسن" (٢٠٠٢) بعنوان "القضايا العربية والإسلامية في وسائل الإعلام العربية : دراسة تحليلية مقارنة"<sup>(٢)</sup> على عينة سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعي ، خلال شهر يناير ٢٠٠٢ من النشرات الإخبارية من القنوات الفضائية التالية : دبي ، الكويت ، سوريا ، LBC ، الفضائية المصرية الأولى ، والفضائية الليبية ، بالإضافة إلى دراسة تحليلية على مجموعة من الصحف العربية ، وهي : البيان ، الأنباء ، الثورة ، الأنوار ، الأهرام ، والرائد ، توصلت الدراسة - فيما يتعلق بالقنوات الفضائية - إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- احتلت قضية الصراع العربي الإسرائيلي الأولوية في القضايا العربية المطروحة في وسائل الإعلام العربية ، حيث احتلت ما يقرب من (٤٠%) من القضايا المطروحة .
- هناك تطابق بين أجندة الصحف وأجندة التلفزيون ، فيما يتعلق بطبيعة القضايا العربية المطروحة وأهميتها النسبية من حيث معدلات تناولها ، ويوضح ذلك أن الأهمية النسبية للقضية تفرض نفسها بغض النظر عن الوسيلة ، ولا تختلف موضوعية تناول الإخباري للقضايا العربية والإسلامية باختلاف الوسيلة .

(١) جيهان يسرى القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل . في : مجلة بحوث الرأي العام ، العدد المزدوج ١-٢ ، ٢٠٠٣ .

(٢) أشرف جلال حسن . القضايا العربية والإسلامية في وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية مقارنة. في : المؤتمر العلمي الثامن . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ) .

## الخاتمة

■ تختلف العناصر والقيم الإخبارية الواردة في القضايا العربية والإسلامية باختلاف المنطقة الجغرافية التي تمثلها ؛ حيث يميل منطقة شمال أفريقيا إلى التركيز على عناصر الأهمية والجدة والصراع والفورية ، وتميل منطقة الخليج إلى الاهتمام بعنصر الأهمية والإثارة والفورية ، بينما تهتم منطقة الشام بعنصر الصراع والفورية والإثارة .

٦ - دراسة "عزة عبد العظيم" (٢٠٠٢) بعنوان " تغطية التقارير الإخبارية التلفزيونية لأحداث الإرهاب : أحداث الصراع الفلسطيني الإسرائيلي ، وحرب الولايات المتحدة في أفغانستان على القناة الأولى ، وقناة النيل للأخبار ، وقناة الجزيرة القطرية"<sup>(١)</sup> على عينة من النشرات الإخبارية المذاعة لمدة خمسة عشر يوماً ، في الفترة من ٢٠٠١/١١/١ إلى ٢٠٠١/١١/١٥ من القناة الأولى وقناة النيل للأخبار ، وقناة الجزيرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:

■ تشغل التقارير حول الحرب الأمريكية في أفغانستان مساحة أكبر على القنوات الثلاث من مساحة تناول قضية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي .

■ تهتم القناة الأولى وقناة النيل للأخبار بإبراز قضية فلسطين بشكل أكبر من اهتمامها بالحرب الأفغانية ، بينما نالت تغطية الحرب الأفغانية في قناة الجزيرة ، من حيث : عدد التقارير المقدمة ، ومتوسط عدد الدقائق المخصصة للتقارير ، التي تغطي أحداث الحرب ، وترتيب ورودها داخل النشرة أو تنويه عنها.

■ إن نسبة الشخصيات الأمريكية والبريطانية كانت أكبر من نسبة الشخصيات الأفغانية في كل من القناة الأولى ، وقناة النيل للأخبار بنسبة (٣٥,٣%) و(٢٣,٥%) على التوالي ، بينما اهتمت قناة الجزيرة بإظهار الشخصيات الأفغانية بنسبة (٢٣,٣%).

٧ - دراسة "نشوى عقل" (٢٠٠٢) بعنوان " تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية الشخصية"<sup>(٢)</sup> على عينة من النشرات<sup>(٣)</sup> سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعي لمدة ستة أشهر ابتداء

---

(١) "عزة عبد العظيم" . تغطية التقارير الإخبارية التلفزيونية لأحداث الإرهاب : أحداث الصراع الفلسطيني الإسرائيلي وحرب الولايات المتحدة في أفغانستان على القناة الأولى وقناة النيل للأخبار وقناة الجزيرة القطرية . في : مجلة البحوث الإعلامية ، المجلد الثامن عشر ، أكتوبر ٢٠٠٢ . ص ١١٩ - ١٧٢ .

(٢) "نشوى عقل" . تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية الشخصية : دراسة مسحية للمحتوى والقائمون بالاتصال . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ) .



من ٤ أكتوبر ٢٠٠١ إلى ٤ إبريل ٢٠٠٢ ، وتم اختيار بدايتها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة ، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

- بلغ متوسط عدد الأخبار في نشرة الأخبار الواحدة (٢٠ خبراً) وهو رقم يزيد عن متوسط عدد الأخبار في النشرات العربية الدولية (١٢,٢ خبراً) ، كما يبلغ متوسط طول النشرة الواحدة (٤٦,٦ ق) وهو معدل يزيد عن المعدلات العالمية ، أما متوسط طول الخبر يبلغ (٢,١ ق) ، ومعدل يقترب من نظيره في شبكة CNN (٢,٣٢ ق) ، وتوزع الأخبار على حسب فئة الطول إلى : أخبار طويلة (٤٣,٥ ٪) ، وأخبار قصيرة (٣٩,٩ ٪) ، وأخبار متوسطة (١٦,٦ ٪) .
- أهم نوعيات الأخبار الواردة في نشرات قناة النيل للأخبار : أخبار سياسية (٣٤,٢ ٪) ، وأخبار رياضية (١٦ ٪) ، وأخبار اقتصادية (١٤,٧ ٪) ، وأخبار عسكرية (١٤,٤ ٪) .
- أهم القوالب الفنية للتغطية الإخبارية في نشرات قناة النيل للأخبار ، هي : ملخص ومادة فيلمية (٣٧,٦ ٪) ، وملخص ورسالة من دولة أخرى (١٦,٣ ٪) ، وملخص وتقرير داخلي (١٣,٨ ٪) ، وملخص وتقرير من موقع الحدث (١١,١٠ ٪) .

٨ - دراسة "أمين سعيد عبد الغنى" (٢٠٠١) بعنوان "اللغة التلفزيونية في برامج قناة (CNN) الإخبارية" <sup>(١)</sup> على عينة عديدة من برامج الإصدار الدولى في شبكة CNN الإخبارية لتكوين يوم بث صناعى ، مدته ٢٤ ساعة ، بالتتابع من دورة تلفزيونية امتدت من ١- يناير ٢٠٠٠ حتى ٥- إبريل ٢٠٠٠ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- تأتى الأخبار على رأس البرامج الثابتة التى تقدمها الشبكة (٤٦ ٪) ، تليها برامج المال والأعمال (٢٥ ٪) ، برامج اللقائات والمناقشات (٩ ٪) ، برامج الحياة التى تشمل الفنون السياحية (٨,٥ ٪) ، البرامج الرياضية (٥ ٪) ، البرامج الثقافية (٤,٤ ٪) ، وبرامج المحلات الإخبارية (٢,١ ٪) .
- استعملت CNN لغة تلفزيونية لها أسلوب خاص ، يعتمد على توظيف جميع مفرداتها بشكل متوازن ، حيث إن هناك تنوعاً في الموضوعات المصورة كالتالى : الأشخاص (٩٥ ٪) ، الأشياء (٦٨,٥ ٪) ، والأماكن (٧٢,٥ ٪) .
- توجد علاقة ارتباطية قوية بين السياق العام الذى تبث فيه قناة CNN (معدلات المعنى) ، والموضوعات التى تبثها الشبكة واللغة التلفزيونية التى تستخدمها .

(٩) أجرت الباحثة دراسة على القائم بالاتصال في قناة النيل للأخبار ، بالإضافة إلى الدراسة التحليلية .

(١) أمين سعيد عبد الغنى . اللغة التلفزيونية في برامج قناة (CNN) الإخبارية . في: المؤتمر العلمى السنوى السابع .

(القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) ص ص ٥٧١ - ٦٠٦ .

٩ - دراسة "وليد محمد عمشة" (٢٠١١) بعنوان "أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية : دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية"<sup>(١)</sup> على ٥٨ عرضاً إخبارياً من قناتي الجزيرة وMBC، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها :

■ تتوزع العروض الإخبارية - عينة الدراسة - حسب القنوات كما يلي : تذاغ (٥٠,٢%) من العروض على قناة MBC، وتذاغ (٤٩,٨%) من العروض - عينة الدراسة - على قناة الجزيرة.

■ تتوزع نوعية الأخبار في العروض الإخبارية - عينة الدراسة - حسب ترتيب الأخبار على : أخبار الوسط (٥٨,٦%) ، أخبار للمقدمة وأخبار النهاية (٢٠,٧%) لكل منهما .

■ أهم مناطق التغطية الإخبارية الواردة في الأخبار في العروض الإخبارية - عينة الدراسة - هي : أوروبا (١٦%) ، آسيا (١٤,٨%) ، أمريكا وكندا (٨,١%) ، أفريقيا (٦,٨%) ، وروسيا والكمونولث (٥,٧%) .

■ أهم القضايا المتداولة في الأخبار المعروضة في العروض الإخبارية - عينة الدراسة - هي : قضايا دولية (٥٢,٨%) ، قضايا عربية داخلية (١٠,٩%) ، المقاومة اللبنانية والانسحاب الإسرائيلي (٧,٩%) ، والمسار الفلسطيني الإسرائيلي (٧%) .

١٠ - دراسة "حمدي حسن" (١٩٩٧) بعنوان "التوزيع الإخباري والبناء الفني في نشرات أخبار التلفزيون"<sup>(٢)</sup> وقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة قوامها ٣٠ نشرة من النشرات الإخبارية للسائبة الرئيسية في القنوات التالية : ( القناة الفضائية المصرية و MBC و BBC ) خلال الفترة من يناير حتى مارس ١٩٩٥ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ بلغ عدد الأخبار التي تم تحليلها في القنوات الثلاث (١٠١٨ خبراً) ، وجاءت قناة MBC في مقدمة القنوات من حيث عدد الأخبار بنسبة (٣٨,٢%) ، تليها الفضائية المصرية بنسبة (٣٢,٤%) ، وجاءت BBC في المرتبة الأخيرة بنسبة (٢٩,٤%) .

(١) وليد محمد عمشة . " أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية : دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية " . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠١١ ) .

(٢) حمدي حسن . التوزيع الإخباري والبناء الفني في نشرات أخبار التلفزيون : دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار في ثلاث قنوات فضائية . في : مجلة البحوث الإعلامية ، العدد السابع، يناير ١٩٩٧ . ص ص ٧ - ٦٤ .

- تزيد الأخبار التي ظهرت غير مصحوبة بمادة مرئية في الفضائيات المصرية عن قناتي BBC و MBC بفارق نسبي ملحوظ ؛ حيث بلغت النسبة في الفضائيات المصرية (١٦,٤%) .
- تغلب الأخبار السياسية على مكونات نشرات الأخبار في القنوات الثلاث ؛ حيث بلغت (٥٣,٥%) من المساحة الزمنية لنشرات الأخبار .

١١- دراسة "عصام نصر" (١٩٩٤) بعنوان "الأخبار العربية في القنوات الفضائية"<sup>(١)</sup> على عينة من نشرات الأخبار في أربع قنوات فضائية عربية، هي: الفضائيات المصرية ، الكويتية ، MBC ، ودبي خلال الفترة من ٢٢ أبريل حتى ٢١ مايو ١٩٩٤ ، و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها :

- أن أعلى نسبة من الأخبار العربية يشهدها مركز تلفزيون الشرق الاوسط MBC حيث بلغت (٣١%) من مجموع الأخبار عينة الدراسة ، بينما جاءت الفضائيات الكويتية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٩%) ، فالفضائية المصرية بنسبة (٢٨,٥%) ، فدبي الفضائية في اللوغرة بنسبة (٢٧,٥%) من مجموع الأخبار التي تضمنتها النشرات - عينة الدراسة - .

■ أن قناة MBC هي القناة الوحيدة التي توزعت اهتماماتها الإخبارية على كافة المجالات السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية والرياضية بنسب متفاوتة ، وكانت القناة الفضائية الكويتية الأكثر اهتماماً بالأخبار السياسية بنسبة (٩١%) .

■ أن أكثر القنوات تقدماً للأخبار القصيرة ، هي: القناة الفضائية المصرية بنسبة (٢٤%) ، تليها MBC بنسبة (١٧%) ، ثم الفضائية الكويتية بنسبة (١٣%) .

#### (ب) دراسات حول الإعلانات في القنوات الفضائية :

١ - دراسة "إيمان جمعة" (٢٠٠١) بعنوان "صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية"<sup>(٢)</sup> على عينة بأسلوب المحصر الشامل لجميع الإعلانات التلفزيونية التي تمت إذاعتها في القنوات التالية : الفضائيات المصرية ، MBC ، LBC ، دبي ، القسنة الأمريكية ، SUPER CHANNEL ، RAI الإيطالية ، و TV5 ، على مدى أربعين يوماً في الفترة من ٢٠٠١/١/١ حتى ٢٠٠١/٢/١٠ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، منها :

■ ظهرت المرأة في ثلثي - عينة الدراسة - من الإعلانات بنسبة (٦١,٩%) ، حيث تظهر المرأة في أكثر من نصف مادة الإعلان في (٦٧,٩%) من الإعلانات - عينة الدراسة - ، في حين تظهر في جزء صغير من مدة الإعلان في (٣٢,١%) من الإعلانات - عينة الدراسة - .

(١) عصام نصر . الأخبار العربية في القنوات الفضائية : دراسة على القنوات الفضائية المصرية والكويتية و MBC ودبي . ن : مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الثاني ، أكتوبر ١٩٩٤ . ص ٧ - ٤٨ .

(٢) إيمان جمعة . صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية : دراسة مقارنة للفضائيات العربية والأجنبية . في : مجلة البحوث والدراسات العربية ، العدد ٣٦ ، ديسمبر ٢٠٠١ . ص ١٦٩ - ٢١٩ .

#### الخاتمة

■ تعد الأوتار العاطفية الأكثر استخداماً في الإعلانات ، التي تتناول سلباً نمط المرأة بنسبة (٨٤,٦%) من عينة الدراسة .

٢ - دراسة "سامى عبد الميز" (٢٠٠٠) "اتجاهات الإعلان التجاري في الفضائيات العربية"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٩٠٠ إعلان تجارى موزعة على القنوات الفضائية الآتية: الفضائية المصرية ، LBC ، MBC ، FUTURE ، ART ، ودبي ، وقد تم سحب العينة بحيث تكون ممثلة لجميع شهور السنة بواقع (١٠%) من كل شهر، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تستحوذ القنوات الفضائية الخاصة على (٨٥%) من الدخل الإعلان في مقابل (١٥%) فقط للقنوات الفضائية الحكومية ، كما أن القنوات الفضائية المفتوحة تستحوذ على (٩٧%) من الدخل الإعلان في مقابل (٣%) فقط للقنوات المشفرة.

■ تتوزع نوعيات السلع الواردة في الإعلانات المذاعة على القنوات الفضائية - عينة الدراسة - كالتالى :  
سلع استقرابية (٥٤,٣%) ، سلع خاصة (٣١,٢%) ، و سلع التسوق (١٤,٥%).

■ تتوزع الإعلانات المذاعة على القنوات الفضائية - عينة الدراسة - حسب المستوى الاقتصادي إلى :  
إعلانات ذات مستوى مرتفع (٦٦%) ، إعلانات ذات مستوى متوسط (٣٠,٥%) ، وإعلانات ذات مستوى منخفض (٣,٥%).

٣ - دراسة "سامى طابع" (١٩٩٨) بعنوان "الاتجاهات الإعلانية في المخطات الفضائية العربية"<sup>(٢)</sup> على عينة عمدية من ثلاث قنوات فضائية عربية ، وهى : القناة الفضائية اللبنانية ، قناة MBC ، والقناة الفضائية المصرية على مدى عشرة أيام خلال الفترة من ٢١ حتى ٣٠ يناير ١٩٩٨ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يمثل المضمون الإعلان نسبة (٨,٨%) من إجمالى ساعات الإرسال خلال الفترة الزمنية للدراسة ، وقد جاءت القناة الفضائية اللبنانية في المرتبة الأولى (٤٧,١%) ، ثم MBC في المرتبة الثانية (٣٢,٥%) ، والقناة الفضائية المصرية (٢٠,٤%).

■ توزعت الإعلانات في القنوات الثلاث عينة الدراسة إلى : إعلانات عن سلع (٦٥,٧%) ، وإعلانات عن خدمات (٣٤,٣%).

---

(١) سامى عبد الميز - اتجاهات الإعلان التجاري في الفضائيات العربية : دراسة تحليلية . في : مجلة البحوث والدراسات العربية ، المجلد ٣٣ ، يوليو ٢٠٠٠ . ص ص ٢٣٥ - ٢٧٣ .

(٢) سامى طابع . الاتجاهات الإعلانية في المخطات الفضائية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات. في : مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الثامن ، يناير ١٩٩٨ . ص ص ١٣٧ - ١٧١ .

## المقدمة

- ظهرت (٩٨,٣%) من الإعلانات عينة الدراسة ملونة ، وقد استعملت مؤثرات صوتية من موسيقى وغناء في (٩٥,٦%) من الإعلانات عينة الدراسة .
- جاءت أهم القوالب الفنية المستخدمة في الإعلانات عينة الدراسة كالتالي : الفيلم الإعلاني (٩١,٢%) ، والشرائح الإعلانية الثابتة (٦٧,١%) ، والكارتون (٢%).

## (ج) دراسات حول الأغاني المصورة في القنوات الفضائية :<sup>(٣)</sup>

- ١ - دراسة "سمية عرفات" (٢٠٠٢) بعنوان "مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية في الأغنية العربية المصورة"<sup>(١)</sup> على عينة عشوائية بسيطة من مائة أغنية من الأغاني المصورة للذاعة على قناة دريم الأولى في الفترة من الساعة السادسة حتى الساعة التاسعة مساءً على مدى أسبوعين في الفترة من ١٥ - يوليو إلى ٣٠ يوليو ٢٠٠٢ ، وقد توصلت للدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :
  - تتوزع نوعيات الأغاني عينة الدراسة كالتالي : أغاني عاطفية (٨٣%) ، وأغاني اجتماعية (١٣%) ، وأغاني شعبية (٦٣%) ، وأغاني وطنية (٦١%) .
  - يعد جمهور الشباب هو الجمهور المستهدف بالدرجة الأولى بنسبة (٨٣%) من الأغاني المصورة، يليه الجمهور العام (١٤%) ، والأطفال في المرتبة الأخيرة بنسبة (٦٣%) .
  - تأتي بيئة التصوير العربية في المرتبة الأولى في الأغاني عينة الدراسة بنسبة (٨٢%) ، تليها البيئة الأجنبية بنسبة (١٧%) ، ثم تأتي البيئة التي تجمع بين العربية والأجنبية في الحاققة بنسبة (٦١%) .
  - تستخدم اللهجة العامية في (٩١%) من الأغاني - عينة الدراسة - تليها اللغة العربية الفصحى بنسبة (٥%) ، ثم تليها الأغاني التي تجمع بين العامية والأجنبية بنسبة (٤%) .

## (د) دراسات حول البرامج في القنوات الفضائية :

- ١ - دراسة "محمد أحمد الشريف" (٢٠٠٣) بعنوان "البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية"<sup>(٢)</sup> على البرامج الدينية المذاعة في الفضائيات العربية التالية : الفضائية المصرية الأولى ، الفضائية التونسية ، الجزيرة ، MBC ، ودرج الثانية على مدار دورة برامجه كاملة من يناير - مارس ٢٠٠٣ ، بالإضافة إلى بعض البرامج الدينية في الفضائية السعودية الأولى ، التي سحبت بأسلوب الأسبوع الصناعي ، وقد توصلت للدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(\*) توجد دراسة د. أشرف جلال التي جمعت بين الدراستين : التحليلية واليدانية ، ووضعت مع الدراسات المسحية .  
(٢) سمية عرفات . مدى مراعاة الضوابط الإعلامية في الأغنية العربية المصورة : دراسة تحليلية للأغنية العربية المصورة بقناة دريم الأولى . في : مجلة البحوث الإعلامية ، المجلد الثامن عشر ، أكتوبر ٢٠٠٢ . ص ص ٣٩٢ - ٤٣٦ .  
(١) محمد أحمد الشريف . "البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية" . رسالة ماجستير . (الناشر : كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٣) .

## المقدمة

- تتوزع البرامج الدينية في القنوات الفضائية الحكومية - عينة الدراسة - هي : القناة الفضائية السعودية الأولى (٧٨,٩٤%) ، والقناة الفضائية المصرية الأولى ، والقناة الفضائية التونسية (١٠,٥٣%) لكل منهما .
- أهم الأيام التي تبث فيها البرامج الدينية في الفضائيات العربية الحكومية هي : طوال أيام الأسبوع (٢١,٧٣%) ، الجمعة والخميس (١٧,٤٠%) لكل منهما ، السبت والأحد والأربعاء (١٣,٠٤%) لكل منها ، والثلاثاء (٤,٣٥%) .
- يعد البث للمسجل هو النمط الغالب في تقديم البرامج الدينية في الفضائيات الدينية الحكومية بنسبة (٦٨,٤٣%) ، والبث المباشر بنسبة (٣١,٥٧%) .
- أهم القوالب الفنية المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية الحكومية ، هي : الحوار (٣١,٥٨%) ، الندوة (٢٦,٣٤%) ، والحسوار والفيلم والبرنامج التسجيلي والتحقيق بنسبة (٥,٢٦%) لكل منها .
- أهم أنواع الاستمالات المستخدمة في البرامج الدينية بالفضائيات الحكومية : استمالات عاطفية ومنطقية (٤٨,٤٦%) ، واستمالات عاطفية (٤٣,١٥%) ، واستمالات منطقية (٨,٣٩%) .

٢ - دراسة "عادل فهمى البيومي" (٢٠٠١) بعنوان " دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة الجماهيرية "<sup>(١)</sup> على عينة من البرامج الجماهيرية في قناتي : الجزيرة والفضائية المصرية الأولى ، خلال الفترة من أول يناير إلى نهاية فبراير عام ٢٠٠٠ م ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- أهم أسماء البرامج التي تم تحليل للمشاركة فيها في قناة الجزيرة، هي : بلا حدود ، الاتجاه المعاكس ، الشريعة والحياة ، شاهد على العصر ، أكثر من رأى ، زيارة خاصة ، لقاء اليوم ، المشهد الثقافي ، وتقدير خاص ، وأغلبها برامج إخبارية تدور حلقها حول الموضوعات التالية ، وهي : الوضع في أفغانستان ، والسياسة التركية في عهد حكومة حزب الرفاه ، ودور حزب الله في لبنان .
- ومن البرامج التي تم تحليل للمشاركة الجماهيرية فيها في الفضائية المصرية ، هي : العالم بين يديك ، ونجوم صاحبة الجلالة ، وأهم القضايا الواردة في هذه الحلقات هي : موضوع الطائرة المصرية التي تحطمت في المحيط الأطلسي ، وقضية العمالة المصرية في الدول العربية .
- وتنوعت البرامج التي تمت فيها المشاركة الجماهيرية ما بين : مقابلات متنوعة (٥٨,٦%) ، ومناقشات (٢٦,٨%) ، ومسابقات (١٤,٦%) .

(١) عادل فهمى البيومي . دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة الجماهيرية . في : مجلة البحوث الإعلامية ،

المجلد السادس عشر ، أكتوبر ٢٠٠١ . ص ٢٣٣ - ٢٧٠ .

## ثانياً : الدراسات الميدانية حول علاقة الجمهور العام بالتقنيات الفضائية

### ( أ ) دراسات حول علاقة الجمهور العربي العام بالتقنيات الفضائية :

١ - دراسة المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية (٢٠٠٣) بعنوان "الإعلام التلفزيوني الفضائي"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٤٦٢٤ مفردة متعددة المراحل غطت خمس دول عربية ، هي : مصر (٢٠٠٦ مفردة ) ، السعودية (١٠٠٧ مفردات ) ، الكويت (٥٠٥ مفردات ) ، الإمارات العربية المتحدة (٥٠٦ مفردات ) ، تونس (٦٠٠ مفردة ) ، وأجريت على كافة الفئات الاقتصادية والاجتماعية في دول الخليج العربي - عينة الدراسة - وذوى الدخل ٨٠٠ جنيه فأكثر في مصر ، وهي تمثل ٩٩٢٠٠٠ أسرة ، وتوزعت عينة مصر على القاهرة الكبرى (٣٤%) ، الإسكندرية (١٧%) ، المنيا والمتصورة (٩%) لكل منهما ، قنا (٨%) ، طنطا (٧%) ، شين الكوم (٦%) ، والفيوم (٥%) .

■ وأوضحت هذه الدراسة ارتفاع معدل اقتناء الأجهزة الرقمية في مصر من (٥٤%) عام ٢٠٠١ إلى (٨٥%) عام ٢٠٠٣ من الذين يمتلكون أجهزة الاستقبال الفضائية، وأهم دوافع اقتناء هذه الأجهزة : إمكانية استقبال عدد كبير من القنوات (٧٠%) ، وضع الصورة (٦٧%) ، استقبال قنوات رقمية (٥٩%) ، ونقاء الصوت (٥٨%) .

■ وأوضحت النتائج أن القنوات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها - مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات- هي: الجزيرة (٤٤%) ، دريم ١ (٣٤%) ، MBC2 (٣٢%) ، دريم ٢ (٢٨%) ، MBC والفضائية المصرية الأولى (٢٢%) لكل منهما ، أبو ظبي (٢٠%) ، المصرية (١٩%) ، و LBC (١٧%) .

■ وتشير هذه النتائج إلى الإقبال على متابعة القنوات الفضائية عامة ، والإخبارية خاصة في مقدمتها قنوات الجزيرة ، و MBC ، الفضائية المصرية الأولى ، أبو ظبي ، والعربية .

٢ - دراسة "عبد الرحمن الشامي" (٢٠٠٢) بعنوان : " استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية"<sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية قوامها ٥٠٠ مفردة من ثلاث مدن بمينة من البالغين ٢٠ عاماً فأكثر ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١) المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية (بارك) : "الإعلام التلفزيوني الفضائي" . غير منشور . (القاهرة : بارك بالتعاون مع الشركة المصرية للأستثمار الصناعية واتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٣ ) .  
(٢) عبد الرحمن محمد سعيد الشامي . " استخدامات القنوات المحلية والدولية : الدوافع والإشباع" . رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢ ) .

## الخلاصة

- يشاهد (٨٥,٨%) من عينة الدراسة القنوات الفضائية ، وتتراوح معدلات التعرض لديهم ما بين التعرض أحياناً ( ٥٤,٥%) ، والتعرض دائماً ( ٤٥,٥%) .
- يشاهد (٧٩,٧%) القنوات الفضائية في المنزل، ويشاهدها عند الجيران (٢١,٧%) ، وفي الأماكن العامة (٦,٣%) .
- يشاهد (٥٨,٧%) من عينة الدراسة القنوات الفضائية العربية فقط، ويشاهد (٤١,٣%) القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً .
- أهم القنوات التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها هي : MBC (٥٦,٦%) ، الجزيرة (٥٦,٤%) ، الفالية المصرية الأولى (٤١%) ، LBC (٣١%) ، ART (٣٠,٣%) ، دبي (٢٣,٨%) ، والمستقبل (٢١,٢%) .

٣ - دراسة "سلاح رشاد الدواوسة" (٢٠٠٢) بعنوان "استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة"<sup>(١)</sup> على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من قطاع غزة بفلسطين ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يمتلك (٩٥%) من عينة الدراسة جهاز استقبال القنوات الفضائية ، ويشاهد (٧٥,٢%) القنوات الفضائية العربية بشكل منتظم ويشاهدها أحياناً (٢٤,٨%) .
- أهم دواعي مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية ، هي : متابعة الأخبار والأحداث العالمية (٦٩,٣%) ، تتعرض للقضية الفلسطينية بشكل أعمق (٤٨,٢%) ، تساعد في معرفة ثقافة الشعوب الأخرى (٣٩%) ، تزيد المعلومات والخبرات (٣٧%) ، وتعكس الأحوال الفلسطينية بموضوعة (٣٠%) .
- أهم القنوات الفضائية التي تفرص عينة الدراسة على متابعتها هي : الجزيرة (٧٥,٥١%) ، أبو ظبي (٦٧,٣%) ، MBC (٥٣,٣%) ، الفضائية المصرية الأولى (٥٢,٥%) ، المنار (٤٢,٣%) ، و LBC (٣٦,٨%) .

٤ - دراسة "نائلة عمارة" و"توفيق يعقوب" (٢٠٠٢) بعنوان "ملامح الواقع الاتصالي في قطر بعد ترخيص الأطباق الفضائية"<sup>(٢)</sup> على عينة غير احتمالية قوامها ٣٠٠ مفردة من القطريين ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- (١) سلاح رشاد الدواوسة . "استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة". رسالة ماجستير . (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٢).
- (٢) نائلة عمارة و توفيق يعقوب . ملامح الواقع الاتصالي في قطر بعد ترخيص الأطباق الفضائية . في : مؤثر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي . مرجع سابق . ص ص ١٦ - ٢١ .



## الخاتمة

- اشترك (٦٣,٣%) من المبحوثين عينة الدراسة في نظام الكيبل القديم ، وأن (٢٦,٦%) لديها أكثر من ديكودر للكيبل ، مما يدعم حقيقة المشاهدة الانتقالية المجزأة من قبل الجمهور .
  - أهم أسباب عدم امتلاك جهاز استقبال القنوات الفضائية لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هي : الكيبل كالي (٤٧,٣%) ، يتعارض مع القيم الأخلاقية وتعاليم الدين (٢٦,٣%) ، التكلفة العالية (١٥,٧%) ، والاكتفاء بمشاهدة التلفزيون القطري (١٠,٥%) .
  - أهم أسباب اقتناء طبق استقبال ، هي : الحصول على مزيد من القنوات وحرية الاختيار (٦٠,٨%) ، الكيبل مكلف وطبق الاستقبال أوفر (٣٢,٣%) ، لاستقبال محطة بلدى - عند المبحوثين الوافدين - (١٦,٣%) .
  - تضع (٦٥,١%) من الأسر عينة الدراسة رقابة على المضامين ، التي تقدم في الفضائيات ، مقابل (٣٤,٨%) من الأسر عينة الدراسة لا تضع رقابة ، وأهم أساليب الرقابة تتمثل في : تشفير القنوات (٥٥,٧%) ، ومنع مشاهدة بعض القنوات (٣٣,٣%) ، والمنع والتشفير معاً (٨,١%) ، ووسائل أخرى متنوعة (٢,٧%) .
  - وتبين أن أهم الفئات المستهدفة من رقابة الأهل لمشاهدتهم القنوات الفضائية هي : المراهقون (٣٣,٣%) ، الأطفال (٢٨,٤%) ، الأطفال والمراهقون معاً (٣٣,٣%) ، وفئات أخرى (٤,٩%) .
  - أوضح (٥١,٩%) من أفراد العينة أن مشاهدتهم للتلفزيون القطري قلت بعد اقتناء أجهزة استقبال البث الفضائي ، بينما ذكر (٤٥,٥%) أن مشاهدتهم لم تتأثر ، وزادت مشاهدة (٢,٤%) للتلفزيون القطري بعد امتلاك أجهزة استقبال القنوات الفضائية .
- - دراسة مروان خليل (١٩٩٩) بعنوان "الأردنيون والغزو الثقافي"<sup>(١)</sup> على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة عن يمتلكون أجهزة استقبال البث الفضائي، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ،

### من أهمها :

- يتابع (٤٧,٨%) القنوات الفضائية ، منهم (٥٥,٥%) من الذكور و (٤٤,٥%) من الإناث .
- وتمثل القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة في : قناة LBC (٢٨,٨%) ، المستقبل (١٧,٣%) ، الفضائية المصرية (١٢,٣%) ، ART (١٢,٢%) ، MBC (٨,٨%) ، دبي (٤,٨%) ، أوربيت (٣,٣%) ، أبو ظبي (٣%) ، والجزيرة (٢,٥%) .

(١) مروان خليل وآخرون . "الأردنيون والغزو الثقافي" . في : الدراسات الإعلامية ، العدد ٩٤ ، يناير - مارس

## الخلاصة

٦ - دراسة "انشرّاح الشال" (١٩٩٨) بعنوان: "وسائل الإعلام في إطار مسيولوجية وقت القواغ"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١١٥٧ مفردة من سكان المنطقة الغربية بالملكة العربية السعودية في مدينة جدة ومدن أخرى مجاورة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يمتلك (٤٦,٨%) من الباحثين جهاز استقبال القنوات الفضائية ، ويشاهد (٥٢,٩%) القنوات الفضائية بصفة يومية ، وقد جاء يوم الخميس في المرتبة الأولى من حيث نسبة مشاهدة العينة لبرامج القنوات الفضائية (٨١,٤%) ، يليه يوم الأربعاء (٦٥%).
- جاءت القنوات الفضائية العربية في مقدمة القنوات التي يشاهدها الباحثون - عينة الدراسة - ، وتبين أن (٥٥,٠%) يشاهدون أقل من ٥ قنوات ، و (٣٥%) يشاهدون من ٥ - ١٠ قنوات ، (١٣,٦%) يشاهدون من ١٠ - ٢٠ قناة ، و (١,٤%) يشاهدون ٢٠ قناة فأكثر .
- أهم أسباب التفكير في شراء جهاز استقبال القنوات الفضائية هي: معرفة ما يحدث في العالم (٦٠,٢%) ، ومشاهدة برامج لا يقدمها التلفزيون السعودي (٤٦,٢%) ، مشاهدة برامج أكثر (٤٣,٨%) ، ومشاهدة المنوعات العربية (٢٣,٣%).

٧ - دراسة وزارة الإعلام الكويتية (١٩٩٨) بعنوان: "آراء المشاهدين حول برامج القناة الفضائية الكويتية"<sup>(٢)</sup> على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من البالغين (١٥ سنة فأكثر) من الموظفين والمقيمين العرب في المحافظات الخمس بدولة الكويت ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يتابع القنوات الفضائية (٩٣,٤%) من إجمال أفراد العينة ، وكانت أهم القنوات الفضائية التي يشاهدها الباحثون ، هي: قناة MBC (٩٧,٥%) ، المستقبل (٩٥,٣%) ، LBC (٩٤,٩%) ، دى الفضائية (٩١,٢%) أبو ظبي (٩٠,٨%) ، ART (٨٩,٣%) ، القناة الفضائية البحرينية (٨٦,٩%) ، الجزيرة (٨٥%) ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٨٤,٢%) ، قناة عجمان الفضائية (٨٤,٢%) ، والفضائية الكويتية (٨١,٨%).

- يفضل (٦٠,٤%) من أفراد العينة متابعة القنوات الفضائية طوال أيام الأسبوع ، و (٣٠,٨%) يفضلون متابعتها خلال إجازة نهاية الأسبوع .

(١) انشرّاح الشال . وسائل الإعلام في إطار مسيولوجية وقت القواغ . مرجع سابق .

(٢) وزارة الإعلام الكويتية . استطلاع آراء المشاهدين حول برامج القناة الفضائية الكويتية بتلفزيون الكويت .

(الكويت : وزارة الإعلام الكويتية ، ١٩٩٨ ) ص ٣ - ١٣ .

٨ - دراسة "عمد معوض" و"ياسين طه ياسين" (١٩٩٥) بعنوان "موقف المشاهدين في دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير"<sup>(١)</sup> على عينة عشوائية قوامها ١٦٠ مفردة، تم سحبها من معافطات الكويت الخمس من البالغين ١٥ سنة فأكثر من الجنسين، كما روعي في العينة أن يكون نصفها من المصريين ونصفها الآخر من الكويتين، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

- يشاهد (٩٤،٤٪) من العينة برامج القناة الفضائية المصرية ولا يشاهدها (٥،٦٪)، وأسباب عدم مشاهدتهم هي: هناك قنوات أفضل من القناة الفضائية المصرية (٣،٨٪)، لا يوجد وقت لمشاهدتها (٢،٥٪)، لا يرغب في إبداء الأسباب (١،٩٪)، يكتفي بقراءة الصحف والمجلات المصرية والعربية (١،٢٥٪)، ويكتفي بالاستماع للإذاعات المصرية والعربية والعالمية (٠،٦٪).
- تزداد مشاهدة القناة الفضائية المصرية في يوم أو أيام معينة عند (٧٣،٥٪) وحسب الظروف التي يمرون بها عند (١١،٩٪)، ويرى (١١،٩٪) إنه لا يوجد يوم أو أيام محددة تزداد خلالها المشاهدة، وأهم الأيام التي تزداد خلالها المشاهدة، هي: الخميس (٩٧،٣٪)، الجمعة (٩٣،٧٪)، الأربعاء (٨٦،٥٪)، الاثنين (٨٥،٦٪)، الأحد (٨٢،٩٪)، السبت (٦٦،٧٪)، والثلاثاء (٦٤،٩٪).
- تعسير فترة الساعة مساءً أكثر فترات المشاهدة عند (٥٠٪) من عينة الدراسة، تليها الفترة ما بين الساعة الثانية عشرة إلى الساعة الثالثة بعد الظهر (٣٠٪)، الفترة من التاسعة صباحاً (١٤،٦٪)، ويبلغ متوسط عدد ساعات المشاهدة اليومية للقناة الفضائية المصرية في الكويت ساعتين وأربعين دقيقة.
- أهم نوعيات البرامج التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها، هي: التمثيليات والمسلسلات العربية (٧٨،٩٪)، الأفلام العربية (٧٦،٣٪)، البرامج الثقافية (٦٨،٤٪)، المنوعات (٦٥،٨٪)، أقوال الصحف ونشرات الأخبار (٦٠،٥٪) لكل منهما، المسرحيات (٥٥،٣٪)، الإعلانات (٥١،٣٪)، البرامج الدينية (٥٠٪)، برامج الأسرة (٤٧،٤٪)، موجز الأنباء (٤٤،٧٪)، البرامج الإخبارية (٣٩،٥٪)، قناة المعلومات (٣٦،٨٪)، المباريات والبرامج الرياضية (٢٨،٩٪)، وبرامج الأطفال (٢٦،٣٪)، ويزداد إقبال المبحوثين الكويتيين على مشاهدة برامج الأطفال مقارنة بالمبحوثين المصريين (٣٦،٨٪، ١٥،٨٪) على التوالي.

(٢) عماد معوض وياسين طه ياسين. موقف المشاهدين في دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير: دراسة ميدالية. (الكويت: مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، ١٩٩٥).

## الخلاصة

٩ - دراسة "سوزان القليني" (١٩٩٤) بعنوان "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١٨٠ مفردة من ثلاث دول عربية : مصر، المغرب ، والسعودية برأى ٦٠ مفردة لكل دولة ، بمعاونة باحثين من المغرب والسعودية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- تبين ارتفاع نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية ( ٥٣,٩% مقابل ٤٦,١% ) ، بالإضافة إلى تأثير البيئة الثقافية والاتصالية للجمهور العربي على استخدامات القنوات الفضائية المختلفة .
- يشاهد القنوات الفضائية لمدة ثلاث ساعات فأكثر يومياً (٥٥,٧%) ، و (٣٤,٥%) يشاهدونها لمدة ساعتين ، و (٩,٨%) يشاهدونها مدة ساعة واحدة .
- أهم المواد والبرامج التي يفضل المبحوثون متابعتها بالقنوات الفضائية، هي : برامج المنوعات (٩٤%) ، البرامج الدينية (٩٠,١%) ، البرامج الثقافية (٨٨,٤%) ، البرامج الرياضية (٨٥,٩%) ، البرامج السياسية (٨٤,٦%) ، و برامج الأطفال (٥٤,٤%) .

١٠ - دراسة "انشراس الشال" (١٩٩٣) بعنوان "قنوات للتلفزيون فضائية في عالم ثالث"<sup>(٢)</sup> على عينة قوامها ٦٠ مفردة ، تنوزع على المصريين (٨٠%) والكويتيين (٢٠%) وجاءت نسبة الذكور والإناث في العينة (٥٦,٦% ، ٤٣,٣%) بالترتيب ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشاهد جميع أفراد العينة التلفزيون ويعرفون القناة الفضائية المصرية ، وسمعو عنها من المصادر المصرية بنسبة (٤٤,٨%) حيث تساوت الصحافة والإذاعة كمصادر للتعريف بها .
- يشاهد (٨٨,٣%) من أفراد العينة القناة الفضائية المصرية أكثر من أى قناة أخرى ، ويتابعها (٦٤,١%) ستة أيام على الأقل في الأسبوع ، (٥٠,٧%) من ثلاثة إلى خمسة أيام ، و (٣٠,٢%) من أفراد العينة يتابعونها حسب الظروف .
- يرضى (١٨%) من أفراد العينة عن كل ما يقدم في القناة الفضائية المصرية ، مقابل (٢٨%) يرضون عن بعض ما يقدم فيها .
- أهم المواد والبرامج التي يشاهدها المبحوثون في القناة الفضائية المصرية ، هي : البرامج الدينية والترفيهية (٦٦%) لكل منهما ، البرامج الثقافية (٥٤,٧%) ، البرامج الإخبارية وتشيرت الأخبار (٣٠,٢%) ، البرامج الرياضية (٢٦,٤%) ، و برامج أخرى متنوعة (١٧%) .

(١) سوزان القليني . استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة . في : مجلة البحوث والدراسات العربية ، عدد ٣١ ، ديسمبر ١٩٩٤ . ص ١٣٧ - ٢٠٢

(٢) انشراس الشال . قنوات للتلفزيون فضائية في عالم ثالث . ( القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٣ ) ص ٨٥ - ١٤٥ -

(ب) دراسات حول علاقة الجمهور المصري بالقنوات الفضائية:

- ١ - دراسة "إلى حسين السيد" (٢٠٠٣) بعنوان: "التجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة"<sup>(١)</sup> على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مبحوثاً من المقيمين في مدينة القاهرة ويملكون أجهزة استقبال القنوات الفضائية ، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :
  - تُعد قناة دريم الثانية هي أكثر القنوات الفضائية التي يحرص المبحوثون - عينة الدراسة - على مشاهدتها بصورة دائمة بنسبة (٥٤%) ، تليها قناة دريم الأولى بنسبة (٥٠%) ، وفي المقابل جاءت قناة ميلودي في مقدمة القنوات الفضائية ، والتي لا يرغب المبحوثون - عينة الدراسة - في مشاهدتها بنسبة (٤١,٧%) ، يليها قناة المحور بنسبة (١٩%).
  - تُعد أغاني الفيديو كليب في مقدمة المواد التي يرغب المبحوثون عينة الدراسة في مشاهدتها بنسبة (٥٧%) ، تليها برامج الحوارات السياسية (٤٨%) ، البرامج الدينية (٤٧,٧%) ، والأفلام العربية (٤٦%) ، برامج المرأة (١٩,٧%) ، وبرامج اتصالات المشاهدين (١٩%).
  - إن (٤٥,٧%) من المبحوثين يطالبون بإنشاء قنوات فضائية خاصة متخصصة جديدة ( دراما- ثقافة - تعليم - أخبار ) ، ونسبة (٣١,٧%) يطالبون بزيادة عدد الفضائيات المصرية الخاصة ، مقابل (١١%) فقط يطالبون بإلغاء الفضائيات المصرية الخاصة .
- ٢ - دراسة "بركات عبد العزيز محمد" (٢٠٠٢) بعنوان "التلفزيون كمصدر لمعرفة المصريين المصريين بالانتخابات البرلمانية في مصر"<sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية قوامها ٢١٨ مفردة من المصريين المقيمين بدولة الكويت ، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:
  - أهم مصادر معرفة المبحوثين - عينة الدراسة - بمعلومات عن أحداث الانتخابات هي : القنوات التلفزيونية المصرية (٧١,١%) ، قناة الجزيرة (٥٠,١%) ، القنوات التلفزيونية الكويتية (٤٨%) ، القنوات التلفزيونية العربية الأخرى (٤٥,٦%) ، والقنوات التلفزيونية الأجنبية (٣٤,٣%).
  - إن (٢٤,٥%) فقط من المبحوثين - عينة الدراسة - كانوا على علم بأن الحزب الوطني الديمقراطي قد خسر مقاعد أمام منافسيه من المرشحين المستقلين ، على الرغم من أن هذه المسألة كانت محل اهتمام واسع من جانب وسائل الإعلام الحكومية المصرية، قضية ترشيح المرأة في الانتخابات (٨٤,٢%) ، وقضية انضمام الأعضاء المستقلين إلى الحزب الوطني بحدس نجاحهم في الانتخابات (٨١,٦%).

(١) إلى حسين السيد . اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة . في: مجلة بحوث الرأي العام ، العدد المزوج ٢-١ لعام ٢٠٠٣.

(٢) بركات عبد العزيز محمد . " التلفزيون كمصدر لمعرفة المصريين المصريين بالانتخابات البرلمانية في مصر: دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الكويت " . في : المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الخامس عشر ، يونيو ٢٠٠٢ . ص ٦١ - ١٠٥.

٣ - دراسة ممدوح الشمشي (٢٠٠٢) بعنوان "دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الإمارات العربية المتحدة"<sup>(١)</sup> على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من المصريين المقيمين بدولة الإمارات العربية المتحدة ، موزعة على الذكور (٥٤,٥%) والإناث (٤٥,٥%) ، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- تتساوى عند (٥٨%) من للبحوث عينة الدراسة مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، ويفضل (٤٠,٥%) مشاهدة القنوات الفضائية العربية أكثر ، بينما يفضل (١٠,٥%) القنوات الفضائية الأجنبية أكثر .
- أهم فترات مشاهدة القنوات الفضائية عند المبحوثين - مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات - هي : فترة المساء (٦-١٠م) (٣٧%) ، فترة السهرة الأولى (١٠م-١ص) (١٦,٥%) ، الفترة الصباحية (٦ص-١٢ظ) (٨%) ، فترة العصر (٣م-٦م) (٥,٥%) ، فترة الظهيرة (١٢ظ-٣م) (٤,٨%) ، وفترة السهرة المتتلة (١ص - ٦ص) (١,٧%) .
- يشاهد القنوات الفضائية دائماً (٥٩%) ، وأحياناً (١٣,٧%) ، وحسب الظروف (٢٦,٥%) من عينة الدراسة .

٤ - دراسة "هبة شاهين" (٢٠٠٢) بعنوان "انجماهاا الراى العام المصرى نحو أحداث المجوم الأمريكى على أفغانستان - استطلاع للراى العام"<sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية قوامها ٣٠٠ مفردة من البالغين المصريين في عينة من أحياء القاهرة ، حيث أحرزت الدراسة في الفترة من نهاية عام ٢٠٠١ وبدايات عام ٢٠٠٢ ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- تابع جميع المبحوثين عينة الدراسة أحداث المجوم الأمريكى على أفغانستان ، وإن تفاوتت هذه النسبة ما بين: المتابعة المنتظمة بنسبة (٧٠%) ، والمتابعة غير المنتظمة بنسبة (٣٠%) من المبحوثين .
- أهم مصادر معرفة المبحوثين بأعصار المجوم الأمريكى ، هي : التلفزيون المصرى (٥١%) ، الإذاعات المصرية (١٢,٣%) ، القنوات الفضائية العربية (١٢%) ، والصحف المصرية (٥,٧%) .
- قيم (٥٨,٧%) من المبحوثين تغطية وسائل الإعلام لأحداث المجوم الأمريكى على أفغانستان بأنها جيدة ، مقابل (٣٧%) يرونها متوسطة ، و (٤,٣%) يرونها ضعيفة .

(١) ممدوح الشمشى . "دوافع تعرض المشاهد المصرى للقنوات الفضائية في دولة الإمارات العربية المتحدة". رسالة دكتوراه . ( المنيا : كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ٢٠٠٢ )

(٢) هبة شاهين . انجماهاا الراى العام للمصرى نحو أحداث المجوم الأمريكى على أفغانستان - استطلاع للراى العام . لى : المؤتمر العلمى الثامن . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ) ص من ٨٨٩ - ٩٢٧ .

■ أهم أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام في الحصول على معلومات حول أحداث الهجوم الأمريكي على أفغانستان ، هي : معرفة الأخبار بسرعة (٥٦%) ، فهم الأحداث من خلال شرح الأخبار وتحليلها (٤٨%) ، معرفة الأخبار بلكة (٣٤,٣%) ، والتميز بجرأة عرض الأخبار (١٨,٣%).

٥ - دراسة "سلى إمام" (٢٠٠١) بعنوان "أغاط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات التلفزيونية"<sup>(١)</sup> واعتمدت على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من مالكي أطباق الاستقبال الفضائي في كل من محافظتي القاهرة والجيزة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد أغلب أفراد العينة القنوات الفضائية بصفة يومية ، وتغطي بعض القنوات العربية نسبة مشاهدة عالية ، مثل : قناة MBC ، الفضائية المصرية ، راديو وتلفزيون العرب ، والقنوات اللبنانية ، وتغطي كذلك بعض القنوات الأجنبية بنسبة مشاهدة عالية منها : CNN ، BBC ، وEURONEWS ، كما تبين أن القنوات الإخبارية تغطي بأعلى نسبة مشاهدة سواء للقنوات العربية أو الأجنبية.

■ يشاهد المبحوثون عينة الدراسة المضامين التالية : الأفلام (٨٠,٥%) ، الأخبار والبرامج الإخبارية (٧٦,٨%) ، البرامج الرياضية (٤٢,٧%) ، برامج المنوعات (٣٧,٨%) ، الأغاني (٣٦,٦%) ، الإعلانات (٢٩%) ، المسلسلات (٢,٦%) ، والمواد الثقافية (٤,٩%).

■ يشترك (٢٠,٧%) من المبحوثين - عينة الدراسة - في القنوات المشفرة ، ولا يشترك (٧٩,٣%) فيها ، ومن أهم القنوات الفضائية العربية المشفرة التي يشترك المبحوثون فيها : ART (٨٩,٧%) ، وأوربيت (١٠,٣%) ، من أهم القنوات الفضائية الأجنبية المشفرة التي يشترك فيها المبحوثون : SHOWTIME بنسبة (٦٤,٨%).

٦ - دراسة "هبة أمين شاهين" (٢٠٠١) بعنوان : "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية"<sup>(٢)</sup> على عينة حصرية قوامها ٤٠٠ مفردة من المصريين البالغين من محافظة القاهرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٥٠,٢%) ، القنوات الفضائية دأباً ، بينما يشاهدها أحياناً (٤٩,٣%) ، ويشاهدها (٥٥,٨%) من عينة الدراسة مع أفراد الأسرة .

(١) سلى إمام . أغاط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات التلفزيونية . في : المؤتمر العلمي السابع . (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١)

(٢) هبة أمين شاهين . "استخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية". رسالة دكتوراه . (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١)

## الخلاصة

- أهم فترات المشاهدة، هي: فترة السهرة (٥٨%)، فترة الظهيرة (١٤,٣%)، والفترة الصباحية (٨%).
- أهم القنوات التي يفضل المبحوثون مشاهدتها، هي: MBC (٤٧,٤٩%)، LBC والجزيرة (٣٦,٦٩%) لكل منهما، القناة الفضائية المصرية (٣٦,١٨%)، وتأتي بقية القنوات بنسب أقل.
- جاءت الأخبار كأفضل المضامين التي تجذب انتباه المبحوثين (٦٥,٣%)، تليها الأفلام والتمثيلات والمسرحيات بنسبة (٦٢,٨%) لكل منها ثم تأتي بقية المضامين بنسب أقل.
- يمتلك أفراد العينة أجهزة فك الشفرة، وتعد مجموعة الأوال في مقدمة مجموعات القنوات المشفرة التي يشترك فيها المبحوثون (٦٩,١%)، تليها: مجموعة شوتلم (٣٩,٨%)، مجموعة قنوات CNE (٣٦,٦%)، ومجموعة أوربيت (٢٣,٦%).
- أهم أسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية: التخلص من الملل (٥٨,٣%)، الانفتاح على العالم (٤٤,٥%)، التسلية والاسترخاء (٣٩,٣%)، معرفة معلومات واكتساب خبرات جديدة (٢٢,٦%)، برامج التلفزيون المصري لا تعجبهم (٢١%)، أفضل من القنوات الأخرى الموجودة على الدش (٢٠,٤%)، لإيجاد مادة للتفاعل الاجتماعي والحديث مع الأصدقاء (٨%)، بحكم العادة (٦,٥%)، واستخدامات العمل (٢,٥%).
- وتمثل أهم أوجه الاستفادة من مشاهدة القنوات الفضائية العربية في: معرفة أخبار العالم والأحداث المهمة (٦٩,٢%)، معرفة ثقافات جديدة والانفتاح على العالم (٤٥,٨%)، التخلص من الملل والتسلية (٤١,٣%)، القدرة على فهم الواقع (٣٢,٤%)، القدرة على الحوار مع الآخرين (٢١,١%)، تعلم مهارات جديدة (١٥,٥%)، الاستفادة في مجال العمل (١٣,٤%)، والاندماج مع الشخصيات التي أشاهدها (١٢,١%).
- ٧ - دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون (٢٠٠٠) بعنوان: "استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ألف من مالكي أجهزة استقبال البث الفضائي في ثمان محافظات، تبين منها ارتفاع نسبة مشاهدي القنوات الفضائية العربية بين مالكي الدش (٩٢,٨%)، وأهم القنوات الفضائية العربية المفضلة، هي: الفضائية المصرية، LBC، قناة النيل الدولية، دى، ART، MBC، والجزيرة، ويتابع القنوات الأجنبية (٤٦,١%) من عينة الدراسة. وأهم القنوات التي يشاهدها CNN وقنوات إسرائيل.

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري - استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية العربية: دراسة غير منشورة.  
(القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، ٢٠٠٠).



٨ - دراسة "حنان كمال كيلان" (Hanan & Kamal) (٢٠٠٠) بعنوان "استخدام القنوات الدولية في مصر"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها (٥٠١) مفردة من مالكي أطباق البث الفضائي من سكان القاهرة الكبرى ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يفضل الراشدون صغار السن ( أقل من ٣١ سنة ) الأفلام الأجنبية ، بينما يفضل الراشدون الكبار (من ٣١ - ٥٠ سنة ) برامج المنوعات ، ويفضل أفراد العينة ذوو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع مشاهدة الأفلام الأجنبية ، بينما يفضل أفراد العينة ذوو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض الأفلام العربية .

■ إن دوافع الباحثين - عينة الدراسة - لمشاهدة القنوات الفضائية هي بالترتيب : التسلية ، والحصول على معلومات ، وهي بذلك تنوع ما بين دوافع اعتيادية وتغذية ، وتبين أن الإناث في عينة الدراسة يتوقعن من القنوات الفضائية إشباع حاجاتهن أكثر من الذكور .

■ تفضل الإناث من المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع والمتوسط مشاهدة القنوات الفضائية مع الأسرة ، بينما لا تهتم الإناث من المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض بوضع المشاهدة .

٩ - دراسة "نسمة أحمد البطريق" (١٩٩٩) بعنوان "القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية"<sup>(٢)</sup> على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من الذكور والإناث من المصريين البالغين ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ إن دوافع شراء الدش بين أفراد العينة ، هي : الانفتاح على العالم الخارجي (٥٠%) ، القنوات المحلية هابطة المستوى (٢٣,٣%) ، بناءً على رغبة البناء (٦٦,٧%) ، ويشاهد (٨٠%) من عينة الدراسة أكثر من ٢٠ قناة أجنبية ؛ مما يعنى السيطرة الثقافية للمضمون الأجنبي : الدرامى والترفيهى والإخبارى ، مما يساهم في إبعاد الأفراد عن واقعهم الثقافى ، وتزيد احتمالات تهديد الأمن الثقافى والفكرى لديهم ، وجاءت القنوات الأوربية الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة (٥٥,٣%) ، تليها القنوات الأمريكية (٣٦,٥%) ، وجاءت القنوات الروسية في مركز متأخر بنسبة (١٠,٤%) .

■ تراجع الاستماع إلى الإذاعة بعد امتلاك الدش بدرجة ملحوظة من (٦٩,٢%) ، إلى (٥٢%) فقط بعد اقتناء أفراد العينة للشش .

(1) Kamal . Hanan . "Usage of the international channels via direct broadcasting satellite in Egypt : case study In a sample of Egyptian users in greater Cairo". Ph.D (Cairo : f.of mass com , Cairo University, 2000)

(٢) نسمة أحمد البطريق . القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية : دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية في مصر . في كتابها : التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية . (القاهرة : لمبة المصرية العامة للكتاب . ١٩٩٩)

## الخاتمة

١٠ - دراسة "حسن على محمد" (١٩٩٨) بعنوان "التأثيرات الثقافية والاجتماعية للثب الاجنبى

المباشر"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الذين تتراوح أعمارهم ما بين ٢٠ - ٦٠ سنة .

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٥٧%) من أفراد العينة برامج القنوات الفضائية بمفردهم ، ويشاهدها (١٣%) مع العائلة ، ويشاهدها (٣٠%) مع الأصدقاء . وأهم أسباب عدم المشاهدة العائلية عند الذين يشاهدون بمفردهم : التحلل من المشاهدة في حضور الأهل (٢٩%) ، حتى لا يشاهده الأطفال (٢٨%) ، مشاهدة كل البرامج دون حرج (٦٨%) ، ولما يتضمنه البث من مشاهد إباحية (٤%) .

■ أهم المواد المفضلة لدى عينة الدراسة في القنوات الفضائية هي : نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية (١٨,٣%) ، البرامج الثقافية والعلمية (١٥,٥%) ، للسلسلات والأفلام الأجنبية (١٣,٧%) ، المسلسلات والأفلام العربية (١١,٦%) ، للمنوعات والأغاني والموسيقى (٨,١%) ، البرامج الدينية (٦,٧%) ، والمباريات والبرامج الرياضية (١,٨%) .

■ أهم الإشباعات المتحققة من متابعة القنوات الفضائية ، هي : تنمية المعلومات الخاصة بالأحداث الدولية (٥٢,١%) ، تنمية الثقافة والمعلومات العامة (١٩%) ، التسلية والترفيه والاسترخاء (١٧,٦%) ، تنمية المعلومات الخاصة بالأحداث المحلية (٤,٩%) ، ومغضية أوقات الفراغ (٤,٢%) .

■ أهم نوعيات القنوات المفضلة هي : القنوات الأجنبية (٦٦%) ، القنوات المصرية (٢٤%) ، والقنوات العربية (١٠%) .

■ يستفيد (٣٧,٥%) من الباحثين من القنوات الأجنبية في الحصول على المعلومات والترفيه (٢٩%) ، ومواكبة الأحداث (٢٢,٥%) ، وتعلم لغات أجنبية (١١%) .

■ يؤثر البث الأجنبى مناقشات بصفة عامة لدى (٤٠%) من عينة الدراسة ، ويثير عند (١٥%) ، مناقشات داخل الأسرة ، ويثير عند (٥٤%) مناقشات بين الأصدقاء .

١١ - دراسة "محمد عبد البديع" (١٩٩٨) بعنوان "أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم

الأسرة المصرية"<sup>(٢)</sup> على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من مشاهدى القنوات الفضائية في مدينتى

القاهرة ودمياط، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:

(١) حسن على محمد . التأثيرات الثقافية والاجتماعية للثب الاجنبى المباشر : دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة القاهرة . فى : مجلة البحوث الإعلامية ، العدد المزدوج ١٥-١٦ ، ١٩٩٨ . ص ص ٤١ - ٦٣ .

(٢) محمد عبد البديع . "أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية : دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينتى : القاهرة ودمياط" . رسالة دكتوراه . ( الزقازيق : كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، ١٩٩٨ ) .

■ يشاهد (٩٤,٣%) القنوات الفضائية ولا يشاهدها (٥,٧%) من عينة الدراسة ، وتمثل أهم دوافع المشاهدة في : معرفة ما يحدث في الخارج (٣١,٦%) ، ومشاهدة برامج جميلة (٢٦,٤%) ، ومشاهدة برامج لا تسمح لها الرقابة المصرية (١٣,٦%) ، وشغل وقت الفراغ (١٣,٨%) ، وتحسين اللغة الأجنبية (١٤,٦%) .

■ ويشاهد القنوات الفضائية يومياً (٢١,٩%) من عينة الدراسة، وخمسة أيام (١,٥%) ، وثلاثة أيام مرة كل أسبوع بنسبة (٤,٦%) لكل منهما ، أربعة أيام (١,٣%) ، يومين (٦,١%) ، وحسب الظروف (٥٩,٧%) .

■ أهم أيام المشاهدة هي : الخميس (٣٠,٢%) ، الجمعة (٢٨,٣%) ، السبت (١٣,١%) ، الأحد (٩,٩%) ، الأربعاء (٨,٥%) ، الاثنين (٦,٣%) ، والثلاثاء (٣,٦%) .

■ أهم أسباب زيادة المشاهدة خلال يوم معين: تذاور مواد وبرامج مفضلة (٣٦,٢%) ، يوم إجازتي (٢٧,٤%) ، لدى وقت فراغ خلال هذا اليوم (٢٤,٣%) ، ودون سبب محدد (١٢,١%) .

## ١٢ - دراسة "محمد نبيل طلب" (١٩٩٨) بعنوان : "تأثير العرض للقنوات الفضائية على علاقة

جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١٦٠ مفردة موزعة بالتساوي بين الحضر والريف ، وبين الذكور والإناث وتوزع مفردات العينة من الفئات العمرية المختلفة ، التي تتراوح بين ١٨ و ٤٥ سنة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تفوق نسبة مشاهدة مفردات العينة للقنوات الفضائية على نسبة مشاهدتهم لقنوات التلفزيون المصري؛ حيث تبلغ مشاهدة القنوات الفضائية (٨٨,٨%) ، مقابل (٨٣,١%) لقنوات التلفزيون المصري .

■ وترجع أسباب عدم مشاهدة التلفزيون المصري لدى عينة الدراسة إلى عدة أسباب ، أهمها : تفضيل مشاهدة القنوات الفضائية (٥٥,٦%) ، تواضع مستوى البرامج (٣٣,٣%) ، وعدم وجود وقت فراغ كافٍ لدى للبحوثين (١١,١%) .

■ أهم أسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية لدى عينة الدراسة ، هي: عدم وجود وقت كافٍ لدى المسجونين للمشاهدة (٦٦,٧%) ، وتفضيل مشاهدة التلفزيون المصري (١٦,٧%) ، وعدم الرضا عن مضمون هذه القنوات (١١,١%) .

(١) محمد نبيل طلب. تأثير العرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية: دراسة ميدانية مقارنة في ريف وحضر محافظتي القاهرة والبنها . في: مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق، العدد ٢٢، أكتوبر ١٩٩٨ . ص ص ٣٧٢ - ٤٠٣ .

## المحاضرة

١٣ - دراسة "وليد فتح الله بركات" (١٩٩٧) بعنوان : "القنوات التلفزيونية المتخصصة في عيون

جمهور المتعلمين"<sup>(١)</sup> على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة، بمدينة القاهرة ، وقد

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يوافق (٨٥,٨%) على إنشاء قنوات متخصصة، مقابل (١٤,٢%) يرفضون إنشاء قنوات متخصصة.  
■ يرغب الباحثون الموافقون على فكرة إنشاء قنوات متخصصة في نوعيات معينة من هذه القنوات منها : قناة دراما (٥٤,٥%) ، قناة رياضية (٣٩,١%) ، قناة منوعات (٣٧,٦%) ، قناة أخبار (٣٢,١%) ، قناة ثقافية (٢٦,٨%) ، قناة أطفال (٢٤,٥%) ، قناة تعليمية (٢١,٣%) ، وقناة دينية وقناة للأسرة والمرأة (١٦,٦%) لكل منهما .

■ يفضل (٦٣%) الاشتراك في القنوات المتخصصة إذا كانت مشفرة ، أما النسبة الباقية ترفض الاشتراك للأسباب التالية : الرغبة في تجربة هذه القنوات قبل الاشتراك فيها ، ضعف المقدرة المالية ، الاكتفاء بالقنوات الفضائية المفتوحة ، وأن هذه القنوات ستكون شبيهة بالقنوات المصرية الأرضية .  
■ يفضل (٧٥%) أن تخرج هذه القنوات بين المضمون الأجنبي والعربي ، ويفضل (٢٠%) أن تقدم مضامين مصرية فقط ، ويفضل (٢,٥%) أن تقدم مضامين مستوردة فقط .

١٤ - دراسة "عاطف العبد" (١٩٩٥) بعنوان : " استطلاع رأى الجالية المصرية بسلطنة عمان حول

القناة الفضائية المصرية : دراسة ميدانية بالهاتف"<sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية طبقية بأسلوب

التوزيع المتساوى قوامها ٢٠٠ مفردة موزعة على : موظفى الخدمة المدنية ، وموظفى القطاع

الخاص ، وربات البيوت ، وطلاب الإعدادى والثانوى . وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج

من أهمها :

■ - يشاهد القناة الفضائية المصرية بصفة منتظمة (٩٥%) من الباحثين ، وتزداد المشاهدة المنتظمة لدى الإناث عن الذكور .

■ يوجد يوم أو أيام تزداد خلالها مشاهدة القناة الفضائية المصرية عند (٩٢,٥%) من مفردات العينة ، وأهم الأيام التى تزداد خلالها المشاهدة : الجمعة (١٠٠%) ، الخميس (٩٣%) لأنها يوم إجازة .

■ أهم المواد والبرامج المفضلة هى : الأفلام العربية (١٠٠%) ، نشرة الأخبار (٩٨,٥%) ، برنامج صباح الخير يا مصر (٩٧,٥%) ، والمسرحيات (٩٦,٥%) .

(١) وليد فتح الله بركات . القنوات التلفزيونية المتخصصة في عيون جمهور المتعلمين . فى : مجلة النيل . عدد ٦٩ ، ١٩٩٧ . ص ١٣١ - ١٤٥ .

(٢) عاطف العبد . استطلاع رأى الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية المصرية . فى كتاب : عاطف العبد ، فوزية العلى . دراسات فى الإعلام الفضائى . ( للقاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٥ )

■ أهم دوافع مشاهدة الفضائية المصرية ، هي : الارتباط بالوطن الأم ، معرفة أخبار مصر ، تقليل الشعور بالبعد عن الوطن (١٠٠%) لكل منهم ، مشاهدة الأعمال الدرامية المصرية (٨٠%) ، ومشاهدة المباريات (٧٨%).

■ أهم أشكال تأثير متابعة القناة الفضائية المصرية ، هي : انخفاض قراءة الصحف اليومية المصرية عند (٩٠%) من العينة ، والاستماع لمحطات الإذاعة المصرية عند كل أفراد العينة ومشاهدة القنوات الأخرى عند (٩٢,٥%) من العينة ، وعدم استمرار الاشتراك في أندية الفيديو ؛ حيث لم يجدد (٧٣,٧%) من العينة اشتراكهم في أندية الفيديو .

١٥ - دراسة "انصراف الشال" (١٩٩٤) بعنوان : "بث والده على شاشات التلفزيون" <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١٧٣ مفردة بالقاهرة من مشاهدي البرامج الواقعة عبر الأقمار الصناعية ، وتبين أن نمط حياة أجهزة التقاط الأقمار الصناعية : الحياة الجماعية (٣٥,٨٣%) ، والحياة الخاصة (٦٣,١٧%) ، وتقارب حياة الهوائيات الصغيرة التي يصل قطرها إلى أقل من مترين (٤٦,١%) والمتوسطة التي يتراوح قطرها ما بين مترين وثلاثة أمتار (٥١,٣٢%).

■ وتبين أن أهم أسباب حياة هوائيات استقبال القنوات الفضائية ، هي : رغبة رب الأسرة في معرفة الأحداث ، ومشاهدة برامج جيدة والتسلية ، كما تبين ارتفاع نسبة التعرض اليومي للقنوات الأجنبية بنسبة (٥٥%).

١٦ - دراسة "سها فاضل" (١٩٩٤) بعنوان : "أطباق استقبال البث المباشر وتأثيرها على الجمهور المصري : دراسة ميدانية" <sup>(٢)</sup> على عينة قوامها ٢٨ مفردة ، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يمتلك (٦٤%) من عينة الدراسة جهاز استقبال القنوات الفضائية منذ عام ، ويمتلك (٢٩%) منذ ٦ أشهر ، ويمتلك (٧%) منذ فترة طويلة .

■ أهم دوافع شراء جهاز استقبال القنوات الفضائية ، هي : مشاهدة المحطات العربية (٢١%) ، ومشاهدة المحطات الأجنبية (٦٦%) ، والتسلية وإتاحة فرص أكبر للاطلاع على الثقافات الأخرى ، وامتلاك قنوات أكثر (٧%) لكل منها .

(١) انصراف الشال . بث والده على شاشات التلفزيون . (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٤) .

(٢) سها فاضل . أطباق استقبال البث المباشر وتأثيرها على الجمهور المصري : دراسة ميدانية . في : مجلة كلية الآداب ،

جامعة الزقازيق ، العدد الحادى عشر ، أبريل ١٩٩٤ . ص ص ١٢٩ - ١٥٠ .

١ أهم القنوات التي يشاهدها المحررون ، هي : القنوات المصرية (٩٢%) ، القنوات العربية (٧٢%) ، والقنوات الأوروبية والأمريكية (٦٤%).

٢ أهم المواد التي تحظى بالمشاهدة في القنوات الفضائية ، هي : الأخبار (١٠٠%) ، الأفلام (٦٤%) ، والمسلسلات والبرامج العلمية (٥٠%) لكل منهما .

(ج) دراسات حول علاقة الصفوة بالقنوات الفضائية :

١ - دراسة "عبدالصلاح الدين" (٢٠٠٤) بعنوان : " اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع " (١) على عينة مستأحة قوامها ٢١٠ مفردة من النخب المصرية الأكاديمية والسياسية والإعلامية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ إن النخبة المصرية تعتقد أن قناة الجزيرة كانت الأكثر التزاماً بطرح البعد الجمعي للهوية العربية ؛ حيث دأبت على بث مشاعر التوحيد بين الشعوب العربية .

■ إن النخبة المصرية تعتقد أن القنوات الإخبارية الثلاث (الجزيرة والعربية والنيل للأخبار ) قد دأبت على توظيف غطاء الصراع المصري في إدارة الأزمة العراقية ، بينما وظفت غطاء الصراع الثانوي في إدارتها لأزمة الجدل الفاصل في الأراضي المحتلة .

■ توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين المجموعات البحثية الثلاث للنخبة المصرية ( الأكاديميون والسياسيون والإعلاميون ) من حيث تقييمهم لوعي القائل بالعمل الإخباري في القنوات الثلاث بأبعاد الهوية العربية حول إدارته للأزمة العراقية .

٢ - دراسة "عبدالصلاح الدين" (٢٠٠٣) بعنوان " اتجاهات الجمهور الإعلامية نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر " (٢) على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة بمدن القاهرة والجيزة ، وعينة مستأحة قوامها ١٥٠ مفردة من الإعلاميين العاملين بالصحف وقطاعات التلفزيون المختلفة ، وقد توصلت الدراسة - فيما يتصل بالجمهور العام - إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ أهم القنوات الفضائية الخاصة لدى عينة الجمهور العام ، هي : دريم الأولى ودريم الثانية (٩٩,٧%) لكل منهما ، المحور (٩٠,٦%) ، ميلودي (٧٨%) ، مصر سات السياحية (٦٣,٨%) ، ونجمة للتسويق (٤٢%).

(١) عبدالصلاح الدين . اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع . في : المؤتمر العلمي السنوي العاشر . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤ ) .

(٢) خالد صلاح الدين . اتجاهات الجمهور الإعلامية نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر . في : المؤتمر العلمي السنوي التاسع . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ ) . ص ص ٦٦٣ - ٧٤٥ .

■ يفضل (١,٣%) من عينة الجمهور العام الأخبار والبرامج الإخبارية، وتليها الأغاني المصورة (٨٩,٧%) ، الأفلام والمسلسلات (٨٩%) ، وبرامج المنوعات (٨٦,٧%) .

٣ - دراسة "فدوى محمود الجعوى" (٢٠٠٣) بعنوان : "استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية" <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١٠٠ مبحوثاً من المثقفين أعضاء المجلس الأعلى للثقافة بمصر وأعضاء اتحاد الكتاب في فلسطين ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٧٢%) من المبحوثين عينة الدراسة قناة فلسطين الفضائية أحياناً ، ويشاهدها (٢٢%) بشكل منتظم .

■ أهم أسباب المبحوثين لمشاهدة قناة فلسطين الفضائية ، هي : معرفة الأخبار والأحداث الجارية من وجهة نظر فلسطين (٧٦,٦%) ، فهم الواقع الفلسطيني (٤٧,٧%) ، لأن المشاهدة تقوى ارتباطى بأهل فلسطين (٣١,٩%) ، ولأنها تتناول أهم مشكلات المجتمع الفلسطيني (٢٩,٨%) .

■ أهم البرامج المشاهدة في قناة فلسطين الفضائية ، هي : نشرات الأخبار (٢٧,٧%) ، برنامج وجهاً لوجه وبرنامج صباح الخير يا فلسطين (٢٦,٦%) لكل منهما ، والملف السياسي (٢٣,٤%) .

■ أهم القنوات الفضائية الأخرى للمشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هي : الجزيرة (٨١,٩%) ، أبو ظبي (٦٢,٨%) ، الفضائية المصرية (٢٩,٨%) ، MBC (٢٦,٦%) ، المنار (٢٠,٢%) ، ودرع ٢ والمستقبل (٩,٦%) لكل منهما .

٤ - دراسة "وليد فتح الله" (٢٠٠٣) بعنوان : "تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى في القنوات التلفزيونية العربية" <sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية طبقية قوامها ٢٠٠ مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية ، موزعين على أربع جامعات ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ جاءت الأخبار في صدارة البرامج المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسبة (٩٢,٥%) ، ثم الأفلام (٨٢%) ، المسلسلات (٧٧,٥%) ، والبرامج الحوارية (٧٣%) .

■ أهم القنوات التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هي : التلفزيون المصرى (٩٤%) ، قناة الجزيرة (٨٨%) ، قناة LBC (٥١,٥%) ، MBC (٤٩,٥%) ، وقناة درع (٤٤%) .

(١) فدوى محمود الجعوى . "استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية". رسالة ماجستير . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٣) .

(٢) وليد فتح الله . تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى في القنوات التلفزيونية العربية . في : مجلة بحوث الرأى العام ، العدد للعدد ١ - ٢ لسنة ٢٠٠٣ .

## المصادر

■ يتابع (٩٠%) من الباحثين عينة الدراسة برامج الرأي العام في القنوات التلفزيونية العربية ، وأهم هذه البرامج ، هي : برنامج الاتجاه المعاكس (٨٨,٩%) ، برنامج أكثر من رأى (٦٦,١%) ، وحوار في الرياضة (٢٧,٢%) .

٥ - دراسة "هويدا مصطفى" (٢٠٠٢) بعنوان " اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لإحداث ١١ سبتمبر وتدابيرها " <sup>(١)</sup> على عينة من الصفوة المصرية بلغ عددها ١٠٠ مفردة ، شملت الصفوة الثقافية والإعلامية والأكاديمية وذوى المناصب القيادية في التخصصات المهنية المختلفة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يعتمد (٦٣,٩%) من عينة الدراسة على وسائل الإعلام المصرية كمصدر للمعلومات عن أحداث ١١ سبتمبر بشكل غير منظم ، بينما يعتمد (١٩,٤%) عليها بشكل منظم .

■ أهم الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها الباحثون عينة الدراسة ، هي : التلفزيون (٤٢,٧%) ، الصحافة (٢٥%) ، والإذاعة (١٦%) ، وجاءت الفضائيات العربية في مقدمة وسائل الإعلام غير المصرية التي تم الاعتماد عليها من قبل عينة الدراسة بنسبة (٢٥,٣%) في متابعتهم لأحداث ١١ سبتمبر وتراوحت درجات المتابعة : ما بين المتابعة الدائمة (٥٤,٥%) ، والمتابعة أحياناً (١٦%) ، وجاءت قناة الجزيرة كأكثر القنوات مشاهدةً .

٦ - دراسة "لكن محمد حبيب" (١٩٩٧) بعنوان : " تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج العربي على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي " <sup>(٢)</sup> حيث تضمنت دراسة ميدانية على عينة من صفوة المجتمع السعودي بلغت ٥٠ مفردة ، تم اختيارهم من الأكاديميين في الجامعات السعودية ، ومن العاملين في المجال الإعلامي وكتاب الصحف والأدباء والمفكرين ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (١٠%) من أفراد العينة التلفزيون السعودي دائماً ، و (٢٢%) غالباً ، وأحياناً (٦٠%) ، ولا يشاهده (٤%) .

(١) هويدا مصطفى . اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث ١١ سبتمبر وتدابيرها : دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية . في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثالث ، العدد الرابع ، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٢ . ص ٥٣ - ١٠٨ .

(٢) لكن محمد حبيب . "تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج العربي على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي" . رسالة دكتوراه . القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٧ (٣) كما أجرى دراسة على القائم بالاتصال على جميع العاملين في قطاع الأخبار بالتلفزيون السعودي ، CNN ، MBC ، القناة الفضائية المصرية ، الفضائية الكويتية ، الفضائية المغربية ، الفضائية الأردنية ، دبي الفضائية ، والتلفزيون السعودي .



■ أهم دوافع المشاهدة لدى الصفوة - عينة الدراسة - معرفة الأحداث المحلية (٢٨,٧%) ، زيادة المعرفة بالأحداث في العالم (٦,٩%) ، وتفيد في زيادة القدرة على إدارة النقاش وإثراء للمعلومات (٣,٩%) .

■ ويرى (١١,٨%) من عينة الدراسة أن نشرات الأخبار في التلفزيون السعودي تزيد المعرفة بالأحداث المحلية .

٧ - دراسة "عادل عبد الغفار" (١٩٩٥) بعنوان "استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١٥٠ مفردة ، تم اختيارهم وفق معايير المنصب القيادي في تحديد أفراد الصفوة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ ترتفع نسبة للمشاهدة لقنوات التلفزيون الدولي بين مالكي أطباق استقبال البث الفضائي إلى (١٠,٠%) ، بينما تصل نسبة مشاهدة التلفزيون المحلي إلى (٩٤,٧%) .

■ تبين أن الإعلاميين والسياسيين أكثر استخداماً للراديو الدولي عن الجامعيين ، كما أن أفراد العينة من ذوى التخصصات الاجتماعية والإنسانية أكثر استخداماً للراديو المحلي من نظرائهم من ذوى التخصصات التطبيقية .

■ جاء المضمون الإخباري على رأس قائمة البرامج ، التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في الراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، وجاءت القناة الأولى في المركز الأول بالنسبة للتلفزيون المحلي ، بينما جاءت قناة CNN في المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات الدولية .

■ تشغل دوافع التسلية والترفيه ومشاهدة الأعمال الدرامية نسبة كبيرة بين دوافع مشاهدة التلفزيون المحلي ، حيث تكرر دافع التسلية والترفيه بين أفراد العينة بنسبة (٢٨,٩%) ، وتكرر دافع مشاهدة التلفزيون المحلي بغرض مشاهدة الدراما العربية والأجنبية بنسبة (٤٧,٢%) .

#### (د) دراسات حول علاقة الشباب بالقنوات الفضائية :

١ - دراسة "حسن على محمد" (٢٠٠٤) بعنوان : "استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعية المتحققة"<sup>(٢)</sup> على عينة عمدية من شباب الجامعات المصرية قوامها (١٥٠ مفردة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١)عادل عبد الغفار. " استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي " . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ )

(٢) حسن على محمد . استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعية المتحققة : دراسة ميدانية . في : المؤتمر العلمي السنوى العاشر . مرجع سابق .

## المناقشة

■ تترفع معدلات مشاهدة القنوات الفضائية بين طلاب جامعة ٦ أكتوبر لتصل إلى (١٠٠%) من عينة الدراسة ، تليها نسبة للمشاهدة بين طلاب جامعة القاهرة (٩٠%) ، بينما نلاحظ انخفاضاً ملحوظاً في معدل للمشاهدة لدى طلاب جامعة المنيا بنسبة (٧٨%).

■ أهم دوافع مشاهدة الشباب الجامعي عينة الدراسة للقنوات الفضائية ، هي بالترتيب : دافع التسلية يليه دافع مراقبة البيئة .

■ تغلب الدوافع النفعية لدى شباب الجامعات الحكومية في علاقتهم بالقنوات الفضائية الحكومية ، مقارنة بتعاظم الدوافع الترفيهية لدى شباب الجامعات الخاصة .

٢ - دراسة "حسين أبو شنب" (٢٠٠٤) بعنوان "اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الأغاني المصورة وعلاقتها بالهوية الفلسطينية"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الطلاب والطالبات من ثلاث جامعات فلسطينية في قطاع غزة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٦٧%) ممن الباحثون - عينة الدراسة - الأغاني المصورة في القنوات الفضائية الغنائية ، ويشاهد (٥٠,٢%) منهم لأقل من ساعة يومياً .

■ جاءت قناة ميلودي في المركز الأول بنسبة (٤٤,٨%) ، تليها قناة روتانا (٢٠,٩%) ، وقناة دريم الأولى (١٢,٤%).

■ يرى الباحثون أن الأغاني المصورة تؤثر على القيم بوجه عام ، ولكنها لا تؤثر على الانتماء الوطني بشكل عام .

٣ - دراسة "عزة الكحكي" (٢٠٠٤) بعنوان : "القنوات الفضائية الأجنبية والعكاسات على الهوية وأزمة القيم"<sup>(٢)</sup> على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة (١٥-٢١ سنة) ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ ارتفعت معدلات تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية الأجنبية ، وكانت الفروق دالة بين الذكور والإناث في كثافة التعرض ؛ حيث كان الذكور أكثر تعرضاً لتلك القنوات من الإناث ، وعلى الرغم من معدل للمشاهدة المرتفع إلا أن (١١%) فقط من العينة يفهمون المضمون المقدم ، وتكتفي بقية النسبة بمتابعة الصورة فقط .

---

(١) حسين أبو شنب . "اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الأغاني المصورة وعلاقتها بالهوية الفلسطينية" . في : المؤتمر العلمي السنوي العاشر . مرجع سابق .

(٢) عزة الكحكي . القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة . في : المؤتمر السنوي العاشر . مرجع سابق .

■ تقدمت شبكة CNN في معدلات مشاهدة عينة الدراسة لها ، تليها BBC ثم جاءت بنسب متفاوتة القنوات الهندية والتركية والفرنسية والإسرائيلية والإيطالية ثم القرصية.

٤ - دراسة "محمد هلال محمد" (٢٠٠٣) بعنوان : " استخدمات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد " <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب و طالبات جامعي : أسويط والمنيا ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد القنوات الفضائية بانتظام (٨٠,٥%) من المبحوثين - عينة الدراسة - ويشاهد ما (١٩,٥%) بصفة غير منتظمة .

■ تحصل القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى في تفضيلات المبحوثين - عينة الدراسة - بنسبة (٧٥,٥%) مقابل (٢٤,٥%) ، يشاهدون القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً .

■ أهم القنوات الفضائية العربية المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هي : قناة الجزيرة ، قناة MBC ، قناة LBC ، وقناة ART الرياضية .

■ أهم القنوات الفضائية الأجنبية المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هي : Super Movies ، Sat - Pol ، BBC ، CNN ، و Euro News .

■ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للشباب الجامعي في مجتمع الصعيد والإشباع التي يحققها التعرض للقنوات الفضائية سواء العربية أو الأجنبية .

٥ - دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون بالتعاون مع مركز بحوث الرأي العام (٢٠٠٢) بعنوان "الشباب المصري والتلفزيون : عادات السلوك الاتصالي وعاداته " <sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠٠ من الشباب ، الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٥-٣٥ سنة من عشر محافظات مصرية تمثل الحضر والريف ومحافظات الحدود.

وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسة - فيما يخص بالقنوات الفضائية - ما يلي :

■ يشاهد التلفزيون (٩٦,٣%) من عينة الدراسة ، ويمضي (٦٣,١%) من أفراد العينة ما بين ساعتين إلى خمس ساعات يومياً في للمشاهدة ، و (٣٠,٨%) أكثر من خمس ساعات .

(١) محمد هلال محمد. " استخدمات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد". رسالة ماجستير . ( أسويط : كلية الآداب ، جامعة أسويط ، ٢٠٠٣ ) .

(٢) اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومركز بحوث الرأي العام . "الشباب المصري والتلفزيون : عادات السلوك الاتصالي". غير منشور . ( القاهرة : الاتحاد ، ٢٠٠٢ ) .

## الخلاصة

- ويشاهد (٥٦,٤%) من مشاهدى القنوات الفضائية قنوات النيل المتخصصة ، وأهم القنوات التي يقبلون على مشاهدتها : قناة النيل للأخبار (٧٤,٢%) ، قناة النيل للمنتوعات (٤٨,٨%) ، قناة النيل للرياضة (٤٨,٢%) ، وقناة النيل للدراما (٤٧,٥%) .
- ويشاهد (٧٧,٧%) من مشاهدى القنوات الفضائية القنوات العربية ، ومن أهمها قنوات : الجزيرة (٦٨,٤%) ، MBC (٣٤,٧%) ، و LBC (٢٥%) .
- وتنخفض مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى (٢٥,٥%) من مشاهدى الفضائيات ، وأهم هذه القنوات : MTV ، TV5 ، TVL ، و CNN .
- وتتنوع الإشباعات التي يحققها الشباب المصرى من متابعتهم للقنوات الفضائية المصرية والعربية ؛ إذ تشبع حاجتهم إلى الأخبار والتوجيه والثقافة والتسلية ، في حين يغلب على مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية إشباع حاجاتهم للتسلية والترفيه .

٦ - دراسة "حنان أحمد سليم" و"حسام على سلامة" (٢٠٠٢) بعنوان : " علاقة طلاب الجامعات في الصعيد مصر بالقنوات الفضائية"<sup>(١)</sup> على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من الطلاب المصريين في جامعة أسيوط الذين يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشاهد القنوات الفضائية (٥٥,٧%) من الباحثين عينة الدراسة أحياناً ، ويشاهدها (٤٣%) بشكل منتظم .
- يشاهد (٥٥%) من الباحثين عينة الدراسة القنوات الفضائية المصرية العربية والأجنبية ، ويشاهد (٤١%) منهم القنوات الفضائية المصرية والعربية فقط ، ويشاهد (١٥%) القنوات الفضائية العربية فقط ، ويشاهد (١٦%) القنوات الفضائية المصرية فقط ، ويشاهد (٥,٥%) القنوات الفضائية الأجنبية فقط .
- أهم القنوات الفضائية المصرية للمشاهدة لدى الباحثين عينة الدراسة ، هي : قناة دريم الأولى (٧٨,٤%) ، قناة دريم الثانية (٦٧,٥%) ، القناة الفضائية المصرية (٥١%) ، قناة المحور (٤٧,٤%) ، القناة الفضائية المصرية الثانية (٤٣,٣%) ، وقناة النيل للأخبار (٣٠,٩%) .
- أهم القنوات الفضائية العربية للمشاهدة لدى الباحثين - عينة الدراسة - هي : قناة LBC (٦٢,٦%) ، قناة MBC والجزيرة (٦١,١%) لكل منهما ، قناة اقرأ (٤٩%) ، قناة المستقبل (٣٧,٤%) ، قناة دى (٢٨,٨%) ، قنوات ART (٢٢,٢%) ، وقناة ANN الإخبارية (١٩,٢%) .

(١) حنان أحمد سليم وحسام على سلامة . علاقة طلاب الجامعات في الصعيد مصر بالقنوات الفضائية . في : مجلة كلية الآداب بأسيوط ، العدد التاسع ، يناير ٢٠٠٢ . ص ص ١ - ٩٢ .

- ٧ - دراسة "فوزية العلى" (٢٠٠٢) بعنوان : " عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية في بريطانيا للقنوات الفضائية"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٦٥ طالباً وطالبة من الإماراتيين الذين يدرسون في بريطانيا لنيل الشهادة الجامعية ، ويشكلون (٤٩,٢%) من العينة أو الدراسات العليا ويشكلون (٥٠,٨%) من العينة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :
- يشاهد القنوات الفضائية الإماراتية بصفة منتظمة (٨٣%) من الباحثين ، ويشاهدها أحياناً (١٧%) ممن أجريت عليهم الدراسة.
  - تتمثل أهم أسباب ازدياد المشاهدة للقنوات الفضائية الإماراتية خلال أيام معينة عن بقية أيام الأسبوع في : يوم الإجازة (١٠٠%) ، وجود وقت فراغ أكبر خلال اليوم (٧٥%) ، وبداية في خلال هذه الأيام البرامج والمواد المفضلة (٦٠%).
  - يشاهد جميع الباحثين عينة الدراسة المسلسلات العربية (١٠٠%) تليها : برامج المنوعات (٩٦,٦%) ، الأفلام الأجنبية والمباريات الرياضية (٩٥,٣%) ، لكل منهما ، الأبعاد (٧٣,٨%) ، برامج المرأة والبرامج الدينية (٦٩,٢%) لكل منهما ، برامج الأطفال (٤٦%) ، ونأتى النوعيات البرمجية الأخرى بنسب أقل.
  - أهم الفترات التي يشاهد الباحثون خلالها القنوات الفضائية الإماراتية : فترة السهرة الأولى والثانية (١٠٠%) ، فترة المساء (٩١,٦%) ، الفترة الصباحية (٨٣,٣%) ، فترة الضحك (٤١,٦%) ، فترة الفجر والصباح الباكر (٣٣,٣%) لكل منهما ، وفترة العصر (٢٥%).
  - يرى كل الباحثين أن هناك فوائد تعود عليهم من متابعة القنوات الفضائية الإماراتية ، من أهمها : الارتباط بالوطن الأم (١٠٠%) ، الاطلاع على الحضارات العربية ، ومتابعة الأحداث فور وقوعها (٩٢,٣%) لكل منهما، الانفتاح على العالم (٨١,٥%) ، تحضية وقت الفراغ (٧٩,٩%) ، واكتساب مهارات جديدة والتخلص من الوحدة (٥٣,٨%) لكل منهما.
  - أهم أساليب متابعة القنوات الفضائية عند الباحثين ، هي : كلما سمح الوقت (٧٦,٩%) ، واختيار مضامين قبل المشاهدة (٢٣%).

(٢) فوزية العلى . عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية في بريطانيا للقنوات الفضائية . في : مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية . مرجع سابق .

## الخلاصة

٨ - دراسة "إيمان جمعة" (٢٠٠١) بعنوان "التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري" <sup>(١)</sup> على عينة حصص قوامها ٣٠٠ مفردة من طلاب الجامعة الأمريكية وجامعة القاهرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد القنوات الفضائية (٢٦%) فقط من إجمالي عينة الدراسة ، وتتنوع درجات المشاهدة كما يلي : المشاهدة المكثفة (٤٢,٣%) ، للمشاهدة المتوسطة (٣٨,٥%) ، والمشاهدة القليلة (١٩,٢%) .  
■ إن طلاب الجامعة الأمريكية أكثر تعرضاً للذخ من طلاب جامعة القاهرة ، ويختلف مستوى المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة باختلاف نوع الوسيلة ، التي يتعرضون لها أو يستعملونها ، بحيث يزيد مستوى المعرفة لدى من يتعرضون للوسائل الحديثة وتقل لدى من يتعرضون للوسائل التقليدية .

٩ - دراسة "تحية مرابط" (٢٠٠١) بعنوان : "استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققة من إشباعات" <sup>(٢)</sup> على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعة الجزائر ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ إن (٤٧%) من المبحوثين عينة الدراسة يتعرضون للقنوات الفرنسية بصفة دائمة ، في حين أن (٣٠,٥%) يتعرضون لها أحياناً ، ويتعرض لها (٢٢,٥%) بصفة نادرة .  
■ أهم القنوات الفرنسية المفضلة لدى المبحوثين - عينة الدراسة - هي : TPI (٤٦,٥%) ، M6 (١٩,٢%) ، Canal + (١٤,٢%) ، Television 5 (١٠,٥%) ، Antenne 2 (٧%) ، و France 3 (٢%) .

■ يفضل (٦٦,٥%) من المبحوثين - عينة الدراسة - مشاهدة القنوات الفرنسية ، بينما يفضل (٣٣,٥%) القنوات الجزائرية .

■ يشاهد (٥٦%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفرنسية بانتباه شديد ، ولا يقومون بأي نشاط آخر ، بينما يقوم (٢٣,٧%) بالمشاهدة بالإضافة إلى التحدث مع آخرين ، ويشاهد (٢٠,٢%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية ويقومون بنشاط آخر أثناء المشاهدة .

---

(١) إيمان جمعة . التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري . ل : المؤتمر العلمي المستوى السابع . مرجع سابق . ص ص ١٤٩ - ١٨٨ .

(٢) فتية مرابط . " استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققة من إشباعات " . رسالة ماجستير ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ ) .

١٠ - دراسة "منذر الضامر" و "سعاد سليمان" (٢٠٠٢) بعنوان : "واقع التلفزيون الخليجي من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس" <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٢٢٥ طالباً وطالبة من طلبة الكليات العملية والنظرية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، هي : الجزيرة (٧٣%) ، MBC (٦٣%) ، سلطنة عمان (٥١%) ، أبو ظبي (٤١%) ، اقرأ (٢٧%) ، الشارقة (٢٠%) ، دبي (١٩,٥%) ، الكويت (١٨,٥%) ، البحرين (١٦,٥%) ، والمستقبل (١٤%) .
- أما عن عدد الساعات التي يشاهدها الطلاب .. فقد جاءت كالآتي : (٢٣%) من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون بمعدل ساعتين ، (١٧%) بمعدل ثلاث ساعات ، و (١٣%) يشاهدون التلفزيون بمعدل أربع ساعات .

■ أهم البرامج المفضلة عند المبحوثين عينة الدراسة ، هي : برامج حول مشكلات المرأة والطفل (١٧%) ، برامج الأسرة (١٦,٥%) ، وبرامج الشباب والمراهقين (١٤%) .

١١ - دراسة "انشرح الشال" (٢٠٠٠) بعنوان : "الدش والعولة في قرية "ماكلوهان" الإلكترونية : دراسة في تأثير الدش" <sup>(٢)</sup> على عينة من ٢٤٠ مفردة من الطالبات بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالملكة العربية السعودية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ جاء ترتيب وسائل شغل وقت الفراغ لدى المبحوثات - عينة الدراسة - كالتالي : التلفزيون (٨٧,١%) ، الكمبيوتر (٧٧,٣%) ، الفيديو (٥٩,٢%) ، الدش (٤٥,٤%) ، والإنترنت (٣٥,٤%) .

■ تشاهد (٦٧,١%) من المبحوثات - عينة البحث - القنوات الفضائية ، وتمثل أهم القنوات المفضلة في قناة MBC (٣٥,٥%) ، الجزيرة (١٤,٧%) ، المستقبل (٨,٣%) ، LBC (٧,٧%) ، الكويت (٧,١%) ، ART (٥,٨%) ، والفضائية للمصرية الاولى .

(١) منذر الضامر وسعاد سليمان. واقع التلفزيون الخليجي من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس . في : مؤتمر ثورة الاتصال والتمتع الخليجي : الواقع والطموح . مرجع سابق . ص ١ - ٢٢ .

(٢) انشرح الشال . " الدش والعولة في قرية ماكلوهان الإلكترونية : دراسة في تأثير الدش " . ( جدة : دار الحافظ للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠ ) .

## الخاتمة

١٢ - دراسة "جيهان يسرى" (٢٠٠٠) بعنوان: " دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي تجاه القضايا العربية " <sup>(١)</sup> على عينة عشوائية قوامها ٢٤٠ مفردة من طلاب وم طالبات جامعة القاهرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:

■ أهم دوافع متابعة الشباب عينة الدراسة للنشرة هي : ألما تتفق مع اهتمامهم (٦٠,٢٨%) ، للإحاطة بكل ما يدور في العالم من أحداث (٨٠,٢٢%) ، للإحاطة بكل ما يدور في العالم العربي (٤٠,١٤%) ، وللإحاطة بكل ما يدور في مصر (١٣,١٣%).

■ أهم نوعيات القنوات التلفزيونية التي يحرص الشباب عينة الدراسة على متابعة نشرات الأخبار من خلالها ، هي : القنوات التلفزيونية المصرية (٩٠,٧٨%) ، القنوات الفضائية العربية (٥٠,١٣%) ، والقنوات الفضائية الأجنبية (٧,٦%).

■ أهم القنوات التي تشاهد عينة الدراسة النشرات الإخبارية بها هي: القناة الأولى (٤٦,٨%) ، القناة الثانية (١٦,٩%) ، قناة النيل للأخبار (٥,٢%) ، قناة النيل الدولية (٤,٧%) ، قناة CNN (٤,٤%) ، قناة الجزيرة (٣,٦%) ، وقناة MBC (٢,٩%).

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة التاسعة على القناة الأولى على مدى أسبوعين من ٨ إلى ٢١ فبراير ٢٠٠٠ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

■ تشغل الأخبار العربية (٣٢,٢٥%) من إجمالي عدد الأخبار بالنشرة ، وهو ما يؤكد اهتمام الإعلام المصري بقيمة القرب الجغرافي للخير .

■ أهم موضوعات الأخبار التي تركز عليها نشرة أخبار التلفزيون ، هي : الموضوعات السياسية (٧٣,٣%) ، والموضوعات العسكرية (١٠,١%) ، والموضوعات الاقتصادية (٨,٨%).

■ أهم الموضوعات التي يرد ذكرها في موجز النشرة ، هي : الموضوعات السياسية (٧٧,٨%) ، والأخبار العسكرية (١٨,٥%).

واستخلصت الباحثة أنه خلال فترة الدراسة ، حقق التلفزيون المصري من خلال تغطيته الإخبارية للقضايا العربية قدراً كبيراً في التوافق بين اهتمامات الجمهور من الشباب الجامعي واهتمامات القارئ بالاتصال .

---

(١) جيهان يسرى . دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي تجاه القضايا العربية . في : المجلة

المصرية لبحوث الإعلام ، المجلد التاسع ، ٢٠٠٠ . ص ٢٥٧ - ٣١٣



١٣ - دراسة "عميد الشقصي" Obaid, Al-Shaqsi (٢٠٠٠) بعنوان : "تأثير البث الفضائي والأرضي على الشباب في سلطنة عمان" <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٥٣٤ طالب جامعة السلطان قابوس ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ أهم دوافع الباحثين للتعرض للقنوات الفضائية ، هي : الحصول على معلومات ومراقبة البيئة الدولية في المقام الأول ، أما دوافع مشاهدتهم للقنوات الأرضية ، فهي الحصول على معلومات عن البيئة المحلية .  
■ أن مشاهدة القنوات الفضائية لها تأثير سلبي على التعرض للقنوات التلفزيونية والوسائل الإعلامية الأخرى .

١٤ - دراسة "جهان يسرى" (٢٠٠٠) بعنوان : "استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشعاعات المستحقة" <sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية قوامها ١٠٠ مفردة من الجنسين من سكان القاهرة والجيزة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يتعرض الشباب المصري بشكل منتظم للقنوات الفضائية ، وتعرض الإناث للقنوات الفضائية أكثر من الذكور ، وجاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الأولى بين دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية ، تليها الدوافع الترفيهية مع عدم وجود تأثير لعامل السن والنوع في ذلك .

١٥ - دراسة "محمد معوض" و "عبد الباسط عبد الجليل" (٢٠٠٠) بعنوان : "علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية" <sup>(٣)</sup> على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من طلبة وطالبات جامعة الكويت الذين يشاهدون القنوات الفضائية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :  
■ يشاهد ككل أفراد العينة القنوات الفضائية منهم (٨٠%) يشاهدونها يومياً ، مقابل (٢٠%) يشاهدونها بصفة غير منتظمة .

■ أهم القنوات الفضائية العربية - غير الخليجية - التي يشاهدها الباحثون ، هي LBC (٩٠%) ، المستقبل (٨٠%) ، MBC (٦٥%) ، ART (٥٠%) ، شبكة أوربيت (٢٥%) ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٢٠%) ، والقناة الفضائية السورية (١٥%) .

(١) Al - Shaqsi و Obaid . " The Influence of Satellite on Young adults in Oman " . Ph.D. ( U.K: University of Wales , 2000 ) .

(٢) جهان يسرى . استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشعاعات المستحقة . في : مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الثامن ، ٢٠٠٠ . ص ص ١٧١ - ٢٣١ .

(٣) محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل . علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية : دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة الكويت . في : المجلة العربية للعلوم الإنسانية . ، العدد ٧١ ، السنة الثامنة عشر ، ٢٠٠٠ . ص ص ١٥٦ - ١٧٧ .

## المناقشة

■ أهم القنوات الفضائية العربية - الخليجية - التي يشاهدها الباحثون، هي : القناة الفضائية الكويتية (٥٠٪) ، قناة الجزيرة (٣٥٪) ، قناة دبي (٣٠٪) ، قناة أبو ظبي (٢٥٪) ، قناة الشارقة (٢٠٪) ، القناة الفضائية السعودية الأولى (١٥٪) ، وقناة سلطنة عمان الفضائية (١٠٪) .

■ أهم القنوات الفضائية الأجنبية التي يشاهدها الباحثون - عينة الدراسة - هي : قناة Super Movies (٦١٪) ، CNN (٥٨٪) ، القناة الفرنسية TV5 (٢٠٪) ، قناة BBC (١٥٪) ، TNT (١٢,٥٪) ، قناة Discovery وقناة Zee TV (١٠٪) لكل منهما، والتلفزيون التركي والتلفزيون الإسرائيلي (٥٥٪) لكل منهما .

■ أهم أيام مشاهدة القنوات الفضائية لدى عينة الدراسة ، هي : يوم الخميس (٨٥٪) ، يوم الجمعة (٨٠٪) ، يوم الأربعاء (٧٥٪) ، يوم الأحد (٤٠٪) ، يوم السبت (٢٠٪) ، يوم الاثنين (١٥٪) ، ويوم الثلاثاء (١٠٪) .

■ أهم الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية لدى عينة الدراسة هي : بعد العشاء (٢٥٪) ، بعد صلاة المغرب (٢٠٪) ، بعد العصر (١٥٪) ، بعد الظهر (١٠٪) ، وصباحاً (٥٪) .

■ يشاهد (٣٩,٥٪) من عينة الدراسة القنوات الفضائية لمدة ساعتين يومياً ، و (٢٥٪) ثلاث ساعات يومياً ، (٢٠٪) لمدة أربع ساعات يومياً ، (١٢٪) لمدة خمس ساعات يومياً ، و (٥٪) لأكثر من خمس ساعات يومياً .

١٦ - دراسة "سوزان القليبي" (١٩٩٧) بعنوان : " التكاس مشاهدة القنوات الفضائية على الاتجاهات الاجتماعية السائدة لدى الشباب المصري " <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٢٦٠ مفردة من سن ١٨ - ٣٨ سنة ، وتنقسم إلى مجموعتين : ضابطة قوامها ١٥٠ مفردة لا يشاهدون القنوات الفضائية ولا يمتلكون أطباق استقبال القنوات الفضائية ومجموعة تجريبية من ١١٠ مفردة ، لإجراء مقارنة بين من يتعرض ومن لا يتعرض للقنوات الفضائية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يُعد (٥٥٪) من عينة الدراسة من كثيفي المشاهدة للقنوات الفضائية ، حيث يتعرضون لتلك القنوات أكثر من أربع ساعات يومياً ، ويتعرض (٣٧٪) من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات ، ويتعرض (٨٪) للقنوات الفضائية أقل من ساعتين يومياً .

(١) سوزان القليبي . العكس مشاهدة القنوات الفضائية على الاتجاهات الاجتماعية السائدة لدى الشباب المصري . ل .

■ تصدرت القنوات الأوروبية جميع القنوات الفضائية الأخرى ،واقع ( ٨٥,٤ %) ، القنوات العربية (٧٧,٣%) ، القنوات الأمريكية (٧٢,٧%) ، القنوات المصرية (٥٧,٧%) ، وقنوات أخرى (٤٢,٣%) .

■ أهم المواد للفضلة في القنوات الفضائية ، هي : الأفلام (٨٦,٥%) ، الأخبار (٧٠,٨%) ، المنوعات والأغاني (٦٦,٥%) ، والسهرات المتنوعة (٦٦,٥%) .

■ ويتعرض (٤٤,٦%) للقنوات الفضائية منذ سنة إلى أقل من ثلاث سنوات ، ويتعرض (٣٦,٥%) للقنوات الفضائية منذ ثلاث سنوات ، ويتعرض (٨,٩%) للقنوات الفضائية منذ أقل من سنة .

١٧ - دراسة "عاطف العبد" و"فوزية العلى" (١٩٩٤) بعنوان : " عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ١٩٠ طالبًا وطالبة بجامعة الإمارات العربية المتحدة ، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ أهم المواد التي يقبل الطلبة والطالبات - عينة الدراسة - على مشاهدتها: الأفلام العربية (٩٩,٥%) ، المسلسلات العربية (٩٨,٤%) ، المباريات والبرامج الرياضية (٩٧%) ، المواد الإخبارية (٩٦,٨%) ، والأغاني (٩٥,٨%) .

■ أثرت متابعة العينة للقنوات الفضائية على تعرضهم لقنوات دولة الإمارات العربية المتحدة ؛ إذ قلت مشاهدة (٩٥,٦%) من عينة الدراسة للقنوات الأرضية .

■ يرى (٧٨,٩%) من العينة أن متابعتهم للقنوات الفضائية تحقق لهم عدة إشباعات منها : تلبية وقت الفراغ ومتابعة الأخبار (١٠٠%) لكل منهما ، الانفتاح على العالم (٩٠%) ، الاختيار بين بدائل كثيرة من الأفلام والمسلسلات (٨٠%) .

(١) عاطف العبد وفوزية العلى . عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة . في كتاب : عاطف العبد ، فوزية العلى . دراسات في الإعلام الفضائي . (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٤) .

## (هـ) دراسات حول علاقة المرأة بالقنوات الفضائية :

١ - دراسة "عائشة بنت سعيد الغابشى" (٢٠٠٢) بعنوان : " استخدام المرأة العمالية وسائل الإعلام والإشباعات المتحققة " <sup>(١)</sup> على عينة عشوائية طبقية من الحضر والريف قوامها ٤٠٠ مفردة من النساء العمانيات بأسلوب التوزيع المتناسب طبقاً لمتغير مكان الإقامة ، ولقد توصلت الدراسة - فيما يتصل بالقنوات الفضائية - إلى عدة نتائج ، أهمها :

■ أهم القنوات الفضائية المشاهدة لدى عينة الدراسة ، هي : قناة MBC (٦٢٪) ، الجزيرة (٣١،٣٪) ، أبو ظبي (٣١،١٪) ، دبي الفضائية (٣٠٪) ، الفضائية الكويتية (٢٥٪) ، والفضائية المصرية (١٧٪) .

■ وأهم إشباعات مشاهدة القنوات الفضائية : معرفة الأخبار المحلية (٦٩،٨٪) ، زيادة المعرفة بالمجالات التي تهتم المرأة (٤٧،٨٪) ، ومعرفة الأحداث الخليجية والعربية (٤٠،٤٪) .

٢ - دراسة "أسان فهى" (١٩٩٧) بعنوان : " استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشباعاتها " <sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية طبقية قوامها ٨٠ مفردة من سكان القاهرة الكبرى ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للقنوات الفضائية ودافع تعزيز القيم ؛ مما يشير إلى أن لهذه القنوات إيجابيات إذا ما استخدمت الاستخدام السليم ، واختار المشاهدون المادة الإعلامية الراقية التي تعود عليهم بالنفع .

■ وجود علاقة ارتباطية بين درجة الإيجابية في شغل وقت الفراغ ، ودافع الحصول على معلومات من ناحية والتسلية والترفيه من ناحية أخرى .

■ وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين السن ودوافع وإشباعات التعرض ؛ بهدف الحصول على المعلومات وتنمية القيم .

(١) عائشة بنت سعيد الغابشى . " استخدام المرأة العمالية وسائل الإعلام والإشباعات للتحققة " . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ) .

(٢) أسان فهى . استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشباعاتها . في : المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثاني ، أبريل ١٩٩٧ . ص ص ١١٩ - ١٤٨ .

## (و) دراسات حول علاقة الأطفال بالتقنيات الفضائية :

١ - دراسة "جلنار هاشم حجازي" (٢٠٠٣) بعنوان "تأثير الفضائيات العربية على الطفل الأردني"<sup>(١)</sup> على عينة عشوائية منتظمة قوامها ٣٠٠ طفل ، تتراوح أعمارهم ما بين ١٥ - ١٨ سنة من تلاميذ المدارس الحكومية والخاصة في العاصمة الأردنية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشاهد (٩٤,٣%) من المبحوثين - عينة الدراسة - القنوات الفضائية ، ويفضل (٥٥,٤%) من المبحوثين عينة الدراسة كلاً من القنوات العربية والأجنبية ، ويفضل القنوات الأجنبية فقط (٤٠,٤%) ، ويفضل (٤٠,٢%) من المبحوثين - عينة الدراسة - القنوات العربية فقط .
- أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين - عينة الدراسة - هي : قناة الجزيرة (٢٣%) ، قناة MBC (١٥%) ، قناة Dream (٩%) ، وقناة LBC (٧%) .
- أهم المضامين المفضلة لدى المبحوثين - عينة الدراسة - هي : الأغاني (٣١,٨%) ، المسلسلات (١٥%) ، البرامج الثقافية (١٠,١%) ، الأفلام الروائية (٨,٤%) ، أفلام الكرتون (٥,٤%) ، الأفلام الترفيهية والأخبار (٥%) لكل منهما .

٢ - دراسة "صفا فوزي" (٢٠٠٣) بعنوان : "علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية"<sup>(٢)</sup> على عينة طبقية عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الأطفال ، الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٢ - ١٨ سنة في محافظة القاهرة الكبرى ، وقد توصلت الدراسة - فيما يتصل بالقنوات الفضائية - إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يمتلك أسر (٢٠,٥%) من الأطفال عينة الدراسة جهاز استقبال القنوات الفضائية ، وأهم القنوات المشفرة التي يشتركون فيها هي : الأوائل (٣١,٧%) ، أوربيت (١٢,١%) ، و Showtime (١١%) ، يشاهد القنوات الفضائية بوجه عام (٣٠%) من الأطفال عينة الدراسة منهم (٩,٧%) دائماً ، و (٢٠,٣%) أحياناً .
- يشاهد (٥٣,٣%) من عينة الدراسة القنوات الفضائية أقل من ساعة يومياً ، ويشاهد (٢٤,٢%) من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات ، و (٢٢,٥%) لأكثر من ٣ ساعات يومياً .

(١) جلنار هاشم حجازي . "تأثير الفضائيات العربية على الطفل الأردني دراسة ميدانية" . رسالة دكتوراه . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٣) .  
(٢) صفا فوزي . "علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية" . رسالة ماجستير ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ ) .

## الخاتمة

■ أهم المواد والبرامج التلفزيونية التي يفضل الأطفال عينتها الدراسة مشاهدتها : الأفلام الأجنبية (١٨,١%) ، الاغانى المصورة (١٥,٦%) ، الأفلام العربية (١١,٤%) ، نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية (٨,٥%) ، المسلسلات الأجنبية (٦,٣%) ، البرامج التعليمية (٦%) ، المباريات والبرامج الرياضية (٥,٧%) ، المسلسلات العربية (٥,٤%) ، برامج المنوعات (٥,١%) ، القرآن الكريم والبرامج الدينية (٣,٢%) ، المسرحيات (٢,٨%) ، الرسوم المتحركة (٢,٥%) ، برامج المسابقات (١,٩%) ، البرامج الحوارية (٠,٦%) ، وبرامج الأطفال (٠,٦%) .

٣ - دراسة "هى العيد" (٢٠٠٣) بعنوان : " علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية"<sup>(١)</sup> على عينه عمدة قوامها ٤٨٠ مفردة من الأطفال فى نهاية مرحلة الطفولة المتأخرة ، ممن يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية من القاهرة الكبرى ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد جميع الباحثين - عينه الدراسة - القنوات الفضائية ، ويشاهد (٤٢,٥%) القنوات الفضائية العربية أكثر ، ويشاهد (٢١,٩%) القنوات الفضائية الأجنبية أكثر وتتساوى مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية لدى (٣٥,٦%) من عينه الدراسة .

■ أهم القناة الفضائية العربية المشاهدة لدى الباحثين - عينه الدراسة - هى : قناة سبيستون (٨٨,١%) ، قناة دريم الأولى (٨٢,٨%) ، قناة دريم الثانية (٧٨,١%) ، قناة النيل للأسرة والطفل (٧٧,١%) ، وقناة اربتنسز (٧٢,٣%) .

■ وتمثل أهم المواد والبرامج التي يحرص الأطفال على مشاهدتها ، هى : الأغاني العربية (٧٠,٢%) ، الأفلام العربية (٦٦%) ، الأفلام الأجنبية (٥٧,٨%) ، والمسلسلات العربية (٤٩,٥%) .

٤ - دراسة "حسين أبو شنب" (١٩٩٩) بعنوان : " استخدام الطفل الفلسطينى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة"<sup>(٢)</sup> على عينه عشوائية بسيطة قوامها ٢٠٠ مفردة من الأطفال ، الذين تتراوح أعمارهم ما بين السادسة والثامنة عشرة من قطاع غزة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١) غنى السيد . " علاقة الطفل للمصرى بالقنوات الفضائية والعربية " . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ ) .

(٢) حسين أبو شنب . استخدام الطفل الفلسطينى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة . فى : المؤتمر العلمى السنوى . " نحو رعاية الطفل لطفل الرف " . ( القاهرة : معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، ١٩٩٢ ) . ص ص ٤٣٢ - ٤٣٣ .

## الخلاصة

- يمتلك (٩٢%) أطباء استقبال البث الفضائي ، ويشاهد القنوات الفضائية دائماً (٣٧%) ، ويشاهدها أحياناً (٦٣%).
- يتعرض (٣٩%) للقنوات الفضائية لأقل من ثلاث ساعات ، و (٣٢%) لأكثر من ثلاث ساعات ، (٢٥%) لأقل من ساعتين ، و (٤%) لأقل من ساعة .
- أن القنوات الفضائية المفضلة ، هي : أبو ظبي (٤٨%) ، الفضائية المصرية الأولى ودبي و ART والمستقبل (٤٢%) لكل منها ، LBC اللبنانية (٣٨%) ، الجزيرة (٣٢%) ، والفضائية السورية (٢٧%).

## د) دراسات حول علاقة المراهقين بالقنوات الفضائية:

- ١ - دراسة "هناء كمال أبو الزيد" (٢٠٠٣) بعنوان : "فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة الموجهة إلى تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسي" <sup>(١)</sup> على عينة متعددة المراحل قوامها ٤٠٠ مفردة من تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسي في الريف والحضر ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :
  - يشاهد قناة التعليم الإعدادي (٩٩%) من التلاميذ عينة الدراسة ، وتزداد المشاهدة بين الذكور عن الإناث (٩٩% ، ٩٢%) بالترتيب .
  - يشاهد قناة التعليم الإعدادي (٩٩%) من التلاميذ عينة الدراسة ، الذين يشاهدونها في المنازل و (٩٢%) من الذين يشاهدونها بالمدرس ؛ حيث يشاهد قناة التعليم الإعدادي (٩٨,٤٠%) من الطلاب في قاعة الوسائط المتعددة ، ويشاهدها (١,٦%) في المكتبة .
  - يشاهد برامج قناة التعليم الإعدادي على النابل سات (٢٣,٧%) ، بينما يشاهدها (٧٨,٣%) على القناة المفتوحة على (U.H.F) ، و (٢١,٢%) من محلات القنوات الإقليمية .

- ٢ - دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري (٢٠٠٢) بعنوان : "استطلاع آراء طلبة وطالبات الشهادة الإعدادية والثانوية العامة حول أداء قنوات النيل التعليمية المتخصصة" <sup>(٢)</sup> على عينة

(١) هناء كمال أبو الزيد . "فعالية برامج قناة النيل التعليمية المتخصصة الموجهة إلى تلاميذ شهادة إتمام التعليم الأساسي" : دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ والمدرسين " . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ ) .

(٢) اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، الأمانة العامة . " بحث استطلاع آراء طلبة وطالبات الشهادة الإعدادية والثانوية العامة حول أداء قنوات النيل التعليمية المتخصصة . دراسة غير منشورة ( القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري ، أغسطس ٢٠٠٢ ) .

عمدية قوامها (١٥٠٠) مفردة لطلبة وطالبات الشهادتين الإعدادية والثانوية (في إحدى عشرة محافظة) ممن يشاهدون قناتي : التعليم الإعدادي والثانوي العام من القنوات التعليمية المتخصصة، بواقع (٧٥٠٠) مفردة لطلبة وطالبات الشهادة الإعدادية من المدارس الحكومية والخاصة، وقد توصلت الدراسة التي أجريت على طلاب الشهادة الإعدادية إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٨٠,٣%) ، قناة التعليم الإعدادي في المدرسة فقط ، و (١٩,٦%) في المنزل فقط ، و (٣٢,١%) في المدرسة وللزل معاً.

■ إن أهم أسباب عدم متابعة البرامج التعليمية للشهادة الإعدادية في المنزل ، هي : عدم امتلاك جهاز استقبال فضائي (٩٧,٨%) ، ولا يجد وقتاً للمتابعة (١٠,٤%) ، وأسباب أخرى (٥٠,٦%) ، منها عدم معرفة مواعيد هذه البرامج ، وعدم امتلاك جهاز الريسيفر ، الذي يستقبل القنوات التعليمية المتخصصة.

■ يرى (٣٧,٢%) ، أن مدة البرامج التعليمية التي تعرضها قناة التعليم الإعدادي كافية ، مقابل (٢١,٧%) يرون أنها غير كافية لجميع المواد ، و (٤١,١%) يرون المدة غير كافية لبعض المواد.

■ ترى (٩٢,٤%) أن البرامج التعليمية التي تقدمها قناة النيل للتعليم الإعدادي مجتهد إلى حد كبير ، وترى (٦,٤%) أنها مجتهد إلى حد ما ، وترى (١,٢%) أنها لم تحقق النجاح على الإطلاق .

■ يستغنى (٤٨,٣%) عن الدروس الخصوصية في بعض المواد ، بينما يرى (٤٤,٧%) أنهم استغنوا عن الدروس الخصوصية في جميع المواد ، ولم يستغن (٧%) عن الدروس الخصوصية في جميع المواد .

■ يرى المبحوثون الذين يستفيدون من متابعة البرامج التعليمية في قناة التعليم الإعدادي أن مدرس القناة يمتاز بعدة مزايا ، منها : يفرد مساحة أكبر لوسائل الإيضاح ، ويمتاز بالثقافة العالية والدقة والالتزام بالمنهج الدراسي ، ويقدم مراجعة نهائية مفيدة.

٣ - دراسة "مصطفى حمدي" (٢٠٠٢) بعنوان: "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعيات المتحققة"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من المراهقين ، الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ - ٢٠ سنة ، وقد تم توزيع العينة بأسلوب التوزيع المتساوي بين الحضر والريف ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها:

(١) مصطفى حمدي . " استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعيات المتحققة". رسالة ماجستير. (النيا : كلية الآداب ، جامعة النيا ، ٢٠٠٢)



■ جاءت القنوات الفضائية في مقدمة الوسائل الإعلامية ، التي يعتمد عليها المراهق عندما يرغب في معرفة ما يحدث في العالم واكتساب معلومات (٦٦,٥%) ، وعندما يرغب في قضاء وقت الفراغ والتسلية (٤٦,٥%) ، ومعرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الآخرين (٤٠,٥%) ، وتعلم السلوك الواجب اتخاذه في المواقف المختلفة (٣٤,٣%) ، وعند الشعور بالوحدة والاكئاب (٣٢,٨%) ، وعندما يرغب في أن يتعلم كيف يحل الناس مشاكلهم (٢٩,٥%) ، وعند الشعور باليأس والإحباط (٢٩%).

■ أهم القنوات الفضائية العربية التي يحرص المراهقون على مشاهدتها : قناة **MBC** (٧٨,٨%) ، المستقبل (٧٠,٨%) ، **LBC** و **ART** (٦١,٥%) لكل منهما ، القناة الفضائية المصرية الأولى (٦٦%) ، الجزيرة (٦٤%) ، **Nile-TV** (٥٢,٣%) ، دبي (٤٩,٥%) ، أبو ظبي (٤٥,٨%) ، والنيل للدراما (٤٤,٣%).

■ أهم القنوات الفضائية الأجنبية التي يحرص المراهقون على مشاهدتها : قناة **MTV** (٥٧,٧%) ، **CNN** (٤٣,٣%) ، **EURO SPORT** الرياضية الأوروبية (٣٢%) ، **CFI** و **TV5** الفرنسية (٢٨,٨%) لكل منهما ، **TNT** (٢٦,٥%) ، **HBO** للأفلام (٢٤%) ، الهندية **B4U** (٢١,٥%) ، تركيا (٢١,٣%) ، **MUSIC NOW** (١٨,٨%) ، و **BBC** الإخبارية البريطانية (١٨,٣%).

■ أهم المصادر والبرامج التي يحرص المراهقون على مشاهدتها في القنوات الفضائية ، هي : الأغاني وللتنوعات (٩٧,٣%) ، المسلسلات والأفلام العربية (٨٨,٨%) ، المسلسلات والأفلام الأجنبية (٨٧,٣%) ، وبرامج الشباب (٨٣,٥%).

■ أهم دوافع مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية ، هي : معرفة ما يحدث في العالم (٩٦,٨%) ، التسلية والإمتاع (٩٦,٤%) ، والتخلص من الملل والشعور بالضيق (٩٢,٨%) ، ومعرفة بعض المعلومات عن النفس وعن الآخرين (٨٨,٦%) ، ومعرفة ثقافات الشعوب الأخرى (٨٨,٣%).

■ وأهم الإشاعات المتحققة من مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية ، هي : زيادة المعرفة بالأحداث الخارجية (٩٥,١%) ، والتسلية وقضاء الوقت والإمتاع (٩٣,١%) ، وزيادة القدرة على إدارة النقاش مع الآخرين (٨٩,٨%) ، والقضاء على الشعور بالوحدة والاكئاب (٨٩,١%).

## الخلاصة

٤ - دراسة "محمود مزيد" (٢٠٠٢) بعنوان "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم"<sup>(١)</sup> على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من المراهقين المصريين (١٥

١٨ سنة) من مدينة القاهرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشاهد جميع أفراد العينة القنوات الفضائية ويشاهد (٧٩,٥%) القنوات الأرضية، يشاهد (٤٤,٧%) القنوات الفضائية دائماً ، ويشاهد (٢٨%) أحياناً ، ويشاهد (١٧,٣%) حسب الظروف .
  - أهم دوافع التعرض للقنوات الفضائية ، هي: التسلية والاسترخاء والتخلص من الملل (٨٠,٤%) ، ومعرفة الأخبار (٧٢%) ، والانفتاح على المجتمعات العربية ومعرفة (٦٣,٧%) ، وتقديم برامج أفضل من القنوات الأرضية (٢٩,٢%) .
  - أهم فترات المشاهدة هي : (٤٨,٧%) ، فترة المساء (٣٠,٣%) ، وفترة الظهيرة (١٣%) .
  - يشاهد (٤٦,٧%) القنوات الفضائية من ساعتين لأقل من أربع ساعات ، ويشاهد (١٩,٧%) بصفة غير منتظمة ، ويشاهد (١٦,٣%) من ساعة إلى أقل من ساعتين ، ويشاهد (١٣%) أكثر من أربع ساعات ، ويشاهد (٤,٣%) أقل من ساعة .
  - يشاهد (٥٢%) القنوات الفضائية بمفردهم ، و (٢٩,٢%) مع الأصدقاء ، و (١٨,٨%) مع الأسرة ، وأهم القنوات الفضائية المشاهدة لدى عينة الدراسة هي : الفضائية اللبنانية LBC (٧٣,٢%) ، قنوات دريم (٦٠,٣%) ، القناة العامة ART (٥٩,٨%) ، MBC (٤١,٣%) ، قناة الجزيرة (٤٢,٥%) ، الفضائية المصرية الأولى (٣٣%) ، المحور (٢٣,٥%) ، وقناة المستقبل (١٨,٤%) .
  - أهم المواد المفضلة هي : الدراما العربية (٨٥,٤%) ، للفتيات (٥٤,٢%) ، المباريات والبرامج الرياضية (٤٨,٦%) ، الأخبار والبرامج الإخبارية (٤٢,٥%) ، البرامج الفنية (٣٢,٤%) ، البرامج الدينية (٢٥,٧%) ، الدراما الأجنبية (١٧,٩%) ، والبرامج الثقافية والأدبية (١٣,٤%) .
- ٥ - دراسة مرهان الحلوان (١٩٩٧) بعنوان "اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التي تبثها القنوات الفضائية"<sup>(٢)</sup> على عينة عشوائية قوامها ١٤٢ مفردة من طلاب المرحلة الثانوية من ١٥-١٧ سنة بقسميها : الأدبي والعلمي من محافظة الجيزة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١) محمود مزيد . دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم . في: مجلة دراسات الطفولة ، المجلد ١٤ ، يناير ٢٠٠٢ . ص ٦٥ - ٨٤

(٢) مرهان الحلوان . اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التي تبثها القنوات الفضائية . في: المؤتمر العلمي الثالث . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ١٩٩٧) . ص ١١٩ - ١٧٠

■ أهم نوعيات الأفلام المفضلة عند المراهقين - عينة الدراسة - هي : الأفلام الكوميدية والبوليسية والغنائية ، أما عن جنسية الأفلام المفضلة فقد جاءت الأفلام المصرية في المرتبة الأولى ، والأفلام الأمريكية في المرتبة الثانية ، والأفلام البريطانية في المرتبة الثالثة.

■ أهم دوافع مشاهدة الأفلام على القنوات الفضائية لدى المراهقين - عينة الدراسة - هي : جذابة ومشوقة ، تنقلني إلى عالم آخر ، تقدم لي تجارب الحياة ، وبها مساحة من الحرية.

■ جاءت المشاهد التي تنال إعجاب المراهقين على القنوات الفضائية مرتبة كما يلي: مشاهد المغامرات، المشاهد الغرامية ، ومشاهد المطارقات ومشاهد الضرب .

■ يختار أغلب المراهقين - عينة الدراسة - الأفلام بأنفسهم، وتتفق كل الأسرة على ما يشاهده المراهق، وذلك يرجع إلى أن المراهق في هذه المرحلة يهتم بمسيرة الجماعة، مع وجود الرغبة في تأكيد الذات .

■ أهم الفوائد التي ترجع على المراهق من مشاهدة الأفلام المعروضة في الفضائيات ما يلي : تعلم حل المشكلات التي تواجه المراهق ، وتعلمه عدم مصاحبة أصلياء السوء .

٦ - دراسة "منير عبدالله حري" (١٩٩٦) بعنوان "الآثار الاجتماعية والدراسية لاستخدام الدش في المنزل كما يراها طلاب المرحلة الثانوية"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها (٦٦) مفردة من طلاب المدارس الثانوية من الذكور والإناث بمحافظة الغربية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٤٣,٨%) من المبحوثين الدش دائماً ، ويشاهده أحياناً (٥٦,٢%) ، ويرى (٤٢,٢%) من المبحوثين أن الدش سبب في انعزال الفرد عن مجتمعه، بينما أكد (٥٧,٨%) أن ذلك يحدث أحياناً .

■ يرى (٥٦,٣%) من المبحوثين أن الدش سبب في إعاقة ممارستهم للهوايات ، يشاهد (٢١,٩%) من المبحوثين الدش هرباً من المشكلات العائلية بصفة دائمة ، وأحياناً عند (٧٨,١%) .

■ أهم القنوات الفضائية لدى المراهقين : NILE TV (٤٣%) ، الفضائية المصرية (٣٢%) ، CNN (٢٤%) ، المستقبل اللبنانية (١٩%) ، MTV (١٣%) ، ART (١٣%) ، M. NET ، الفرنسية والسورية و MBC (٥%) لكل منهم ، دى ، ودى الرياضية ، (٢٥%) لكل منهما .

(١) منير عبد الله حري . الآثار الاجتماعية والدراسية لاستخدام الدش في المنزل كما يراها طلاب المرحلة الثانوية . ل : مجلة كلية التربية ، عدد ٢٦ ، يناير ١٩٩٦ . ص ص ١٦٣ - ١٨٩ .

■ أهم أسباب تفضيل بعض القنوات الفضائية التي تبث الأفلام السينمائية ما يلي : تقدم أفلام جديدة ، تقدم أفلاماً مصحوبة بترجمة عربية ، وتقدم الأفلام دون حذف .

### ثالثاً : الدراسات المسحية التي تناولت مضامين القنوات الفضائية وعلاقتها بالجمهور بها

١ - دراسة "أشرف جلال" (٢٠٠٤) بعنوان : " الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب " <sup>(١)</sup> على عينة متعددة المراحل قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب المصري ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تختلف معدلات التفرغ التي تشهدها الأغنية العربية المصورة باختلاف حسنية المطرب ، حيث تزداد في الأغاني اللبنانية المصورة مقابل غيرها من الأغاني الأخرى .

■ هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نمط البث (أرضي أو فضائي ) ونوع الأغاني التي تقدمها القناة ، من حيث كونها تحتوي على إثارة عالية أو متوسطة أو محدودة .

وقد أجريت دراسة تحليلية على عينة قوامها ٣٦٤ أغنية ، تشمل كل ما أذيع من أغاني على القنوات الأرضية والفضائية العامة والمتخصصة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ارتفاع معدلات التفرغ للأغاني المصورة ، والاتجاه نحو هذه الأغاني.

■ هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ارتفاع معدلات الاهتمام بالأغاني العربية وارتفاع معدلات قبول القيم أو الأنماط السلوكية العربية .

٢ - دراسة "رالد محمد محمد أبو ربيع" (٢٠٠٣) بعنوان " تأثير التغطية الإخبارية في القنوات الفلسطينية على اتجاهات الأطفال " <sup>(٢)</sup> على عينة من النشرات الإخبارية ، متمثلة في نشرتي الأخبار الرئيسية في تلفزيون فلسطين وتلفزيون وطن بالإضافة إلى عينة من البرامج الإخبارية المسائية للذاعة في تلفزيون فلسطين وتلفزيون وطن ومنها : برنامج جوهر الحوار ، صدى الانتفاضة ، نوتة سياسية ، والحق يقال ، وقد اختار الباحث العينة الزمنية الممتدة على مدى دورة

برامجية كاملة ، تمتد من تاريخ أول يونيو ٢٠٠١ حتى ٣١ أغسطس ٢٠٠١ ، وقد توصلت الدراسة التحليلية إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١) أشرف جلال . الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب . في المؤتمر العلمي السنوي العاشر . مرجع سابق .

(٢) رالد محمد ربيع . " تأثير التغطية الإخبارية في القنوات الفلسطينية على اتجاهات الأطفال الفلسطينيين نحو الانتفاضة " . رسالة ماجستير . (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠٣)

- - بلغ عدد النشرات - عينة الدراسة - التي تم تحليلها (١٨٤) نشرة إخبارية موزعة كما يلي :  
أخبار في تلفزيون فلسطين (٥٠,٤%) ، ونشرات أخبار في تلفزيون وطن (٤٩,٦%) .
- - أهم نوعيات الأخبار الواردة في النشرات عينة الدراسة ، هي : أخبار سياسية (٢٧,٣%) ، أخبار أمنية (١٧,٦%) ، أخبار مواجهات (١٦,٥%) ، أخبار مسيرات (١٠,١%) ، وأخبار اقتصادية (٥,٧%) .

وقد أجريت دراسة ميدانية على عينة قوامها ٥٠٠ طفل من تلاميذ المدارس الفلسطينية ، تتراوح أعمارهم ما بين ١٢ - ١٨ سنة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشاهد (٩١,٩%) من المبحوثين - عينة الدراسة - تلفزيون فلسطين ، بينما يشاهد تلفزيون وطن (٦٩,٢%) من المبحوثين .
- أهم أسباب إقبال الأطفال على مشاهدة تلفزيون فلسطين وتلفزيون وطن هو سرعتهما في تغطية الأخبار ؛ متابعة الأخبار التفصيلية لأحداث الانتفاضة ، لأنهما يعالجان قضايا المجتمع الفلسطيني ، للفلسطينيين للشخص من الملل والتسلية والترفيه ، ورفع الروح المعنوية ..
- يعتمد (٤١,٣%) من المبحوثين - عينة الدراسة - على نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في القنوات الفلسطينية ، كمصدر للمعلومات عن انتفاضة الأقصى بشكل متوسط ، بينما يعتمد عليها (٣٧,٩%) بشكل كبير ، ويعتمد عليها (١٢,٤%) بشكل قليل ، ولا يعتمد عليها (٨,٣%) على الإطلاق .

٣ - دراسة "سالم عيسى بالحاج" (٢٠٠٣) بعنوان : " دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية " <sup>(١)</sup> على عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتناسب قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور العام ، و ١٠٠ مفردة من قادة الرأي في مدينة طرابلس الليبية ، وقد توصلت الدراسة - فيما يخص عينة الجمهور العام - إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- يشاهد (٩٠,٢%) من أفراد العينة من الجمهور العام القنوات التلفزيونية ، وتوزع درجات المشاهدة كالآتي : للمشاهدة أحياناً (٦٨,٤%) ، والمشاهدة دائماً (٢١,٨%) .
- يشاهد (٦٦,٥%) من أفراد العينة من الجمهور العام نشرات الأخبار في التلفزيون الليبي أحياناً ، ويشاهدها دائماً (٢٤,٥%) من أفراد العينة .

(١) سالم عيسى بالحاج . " دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية " . رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣) .

## الخلاصة

■ أهم دوافع التعرض لنشرات الأخبار في التلفزيون الليبي، لدى أفراد العينة من الجمهور العام، هي: معرفة ما يحدث داخل الجماهيرية (٦٨,٥%) ، ومعرفة ما يحدث في العالم (٦٣,٨%) ، ومعرفة وجهة نظر الجماهير تجاه ما يحدث في العالم (٢٤%).

كما أجريت دراسة تحليلية لنشرة أخبار الساعة التاسعة والنصف مساءً المذاعة على التلفزيون الليبي، على مدار دورة برامجية كاملة من ٧/١ إلى ٣٠ / ٩ / ٢٠١١ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

■ تتوزع نوعيات الأخبار التي تذاع في نشرات الأخبار، التي قدمها التلفزيون الليبي كالتالي: الأخبار الخارجية التي لا ترتبط بليبيا (٧٥%) ، الأخبار المحلية الليبية والأخبار الخارجية ذات الصلة بليبيا (١٢%) لكل منهما.

■ تتوزع نوعيات الأخبار حسب طول الخبر كالتالي: خبر قصير (٥٧,٤%) ، خبر طويل (٢٢,١%) ، وخبر متوسط (٢٠,٥%).

■ تتوزع نوعيات الأخبار حسب متغير اتجاه الخبر كالتالي: خبر إيجابي (٤٧,٣%) ، خبر سلبى (٤٤,٢%) ، خبر غير محدد (٦٧,٤%) ، وخبر محايد (٦%).

■ يوجد ارتباط إيجابي بين الأجنحة المركبة لوسائل الإعلام ( الصحف والتلفزيون ) وأجنحة الجمهور العام بالنسبة للقضايا الخارجية ؛ حيث جاء الارتباط إيجابياً قوياً حيث بلغت قيمته (٠,٧١) .

٤ - دراسة "صفا عثمان" (٢٠٠٢) بعنوان: " دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات " (١) على عينة حصرية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

■ يشاهد (٨٧,٥%) من عينة الدراسة قناة النيل للأخبار ، وتتوزع معدلات التعرض بالترتيب ، كما يلي: التعرض المنخفض (٩٠,٣%) ، التعرض المرتفع (٦٦,٩%) ، والتعرض المتوسط (٢٠,٩%).

■ أهم دوافع التعرض لنشرات قناة النيل للأخبار ، هي: معرفة أخبار العالم (٤٥,٣%) ، معرفة أخبار الوطن العربى (٣١,٧%) ، ومعرفة أخبار مصر (١٩,١%).

■ تتوزع درجات متابعة الأخبار داخل نشرات أخبار قناة النيل للأخبار - بالترتيب - كما يلي: متابعة بعض الأخبار ( ٥٠,٩%) ، متابعة معظم الأخبار (٤١,٤%) ، ومتابعة كل الأخبار (٨%).

(١) صفا عثمان " دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات ". رسالة ماجستير .

( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ )

## الخلاصة

■ أهم القضايا الموجودة في نشرات قناة النيل للأخبار ، هي : القضايا السياسية العربية ( ٦٨ % ) ، والقضايا السياسية العالمية ( ٤٨,٦ % ) ، والقضايا المتعلقة بالسياسة الخارجية المصرية ( ٣٥,٧ % ) .

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات القناة على مدى دورة براهمية ، تمتد من شهر يناير إلى آخر مارس ٢٠٠٢ ، سجلت بأسلوب الأسبوع الصناعي ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ أهم القوالب الفنية التي تظهر في نشرة قناة النيل للأخبار - مرتبة - هي : مذيع ومادة فيلمية ( ٣٨,٧ % ) ، تقرير من مراسل ( ٢٤ % ) ، ومذيع مع مادة فيلمية ( ١٧,١ % ) .

■ جاءت الصورة التي تعبر بشكل تام عن النص بنسبة ( ٤٤,٥ % ) ، تليها الصورة التي تعبر عن جزء من النص ( ٣٥,٣ % ) ، والصورة الأرشيفية التي تستخدم النص ( ١١,٣ % ) .

■ جاءت أهم أنواع القضايا السياسية التي وردت في النشرات الإخبارية بقناة النيل للأخبار مرتبة كالتالي : القضايا السياسية العالمية ( ٣١,٨ % ) ، والقضايا السياسية الطارئة ( ١١,٣ % ) ، والقضايا السياسية المحلية ( ٥,٥ % ) .

٥ - دراسة "دينا عراي" (٢٠٠٢) بعنوان: " دور وسائل الإعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة " <sup>(١)</sup> على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من مالكي أجهزة استقبال القنوات الفضائية من طلاب الجامعات فما فوق ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ جاءت القناة الفضائية المصرية الأولى في الترتيب الأول من حيث التعرض لها دائماً ؛ حيث بلغت نسبة من يتعرض لها بشكل منتظم ( ٧١,٣ % ) من عينة الدراسة ، تليها : قناة الجزيرة ( ١٩,٥ % ) ، وقناة CNN ( ١٠,٨ % ) .

■ أعطت نسبة مرتفعة من عينة الدراسة لقناة الجزيرة الفضائية تقييماً جيداً ، وهو بنسبة ( ٧١,٤ % ) ، تليها قناة CNN بنسبة ( ٥٧,٢ % ) ، والقناة الفضائية المصرية الأولى بنسبة ( ٣٨,٤ % ) .

■ إن تقييم المبحوثين لمستوى القناة متعلق باعتقادهم بصحة الأخبار فيها ؛ حيث إن نسبة ( ٥٢,٩ % ) من الذين يرون القناة جيدة يعتقدون أن معلوماتها غير صحيحة .

---

(١) دينا عراي . " دور وسائل الإعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة " . رسالة دكتوراه .

( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣ )

كما أجرت الباحثة الدراسة التحليلية على عينة سمحت بأسلوب الأسبوع الصناعي ؛ حيث تم تسجيل ١٤ نشرة من النشرات الرئيسية للقنوات عمل الدراسة ممثلة في نشرات أخبار بالقناة المصرية الأولى ، ونشرة أخبار حصاد اليوم ، ونشرة أخبار الساعة التاسعة في قناة CNN ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تتوزع أنواع الأخبار في عينة الدراسة حسب نوع الخبر كالتالي : أخبار سياسية (٤٢,٧%) ، أخبار اقتصادية (٢٤,٧%) ، وأخبار إعلامية (٦,٧%) .

٦ - دراسة "محمد عبد الوهاب الفقيه" (٢٠٠٢) بعنوان : " العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني " <sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٤١٢ مفردة من مالكي أجهزة استقبال القنوات الفضائية أو يشاهدون القنوات الفضائية بصفة منتظمة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد القنوات الفضائية (٥٠,٤%) من الباحثين - عينة الدراسة - أحياناً ، ويشاهدها (٤٨,٥%) بشكل دائم ، ويشاهد القنوات الفضائية (٤٧,٣%) من الباحثين عينة الدراسة بشكل مكثف ، ويشاهدها (٣٩,٢%) بشكل متوسط ، ويشاهدها (١٣,٥%) من الباحثين عينة الدراسة بشكل منخفض .

■ يشاهد النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية (٥١,٤%) من الباحثين عينة الدراسة أحياناً ، ويشاهدها (٥١,٤%) من الباحثين عينة الدراسة بشكل دائم .

■ يشاهد (٤١,٩%) من عينة الدراسة نشرة إخبارية واحدة يومياً من القنوات الفضائية ، ويشاهد (٣٥,٩%) نشرتين يومياً ، ويشاهد (٢١,٢%) أكثر من نشرتين يومياً .

■ أهم القنوات الفضائية التي يفضل للباحثون مشاهدة نشراتها الإخبارية - بالترتيب - هي : الجزيرة (٦٨,٤%) ، MBC (٦١,٥%) ، الفضائية اليمنية (٨,١%) ، و LBC (٣,٩%) .

كما أجريت دراسة تحليلية على عينة من نشرات الأخبار في القنوات التي يعتمد عليها الجمهور اليمني بشكل أساسي ، وهي : الجزيرة ، أبو ظبي ، MBC ، والفضائية اليمنية على مدى ٦١ يوماً ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

(١) محمد عبد الوهاب الفقيه . " العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني " . رسالة دكتوراه . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ )



■ ارتفعت نسبة التغطية الإخبارية ذات الطابع السلبي ، واحتلت الترتيب الأول بنسبة (٥٧,٧%) من إجمالي التغطية الإخبارية ، تليها التغطية الإخبارية ذات الطابع الإيجابي بنسبة (٣١,٢%) من إجمالي العينة .

■ تأتي القضايا العربية في الترتيب الأول في التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية العربية بنسبة (٣٦,٢%) ، وتأتي أخبار أوروبا وروسيا في الترتيب الثاني بنسبة (١٢,٢%) ، وأخبار المؤسسات الدولية في الترتيب الثالث بنسبة (١١,٣%) .

٧ - دراسة "حنان محمد يوسف" (٢٠٠١) بعنوان : " المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكى CNN الأمريكية ، و Euronews الأوروبية " <sup>(١)</sup> على عينة عمدية متاحة قوامها ٢٠٠ مفردة من الجالية العربية المقيمة بالقاهرة ، ممن يملكون جهاز استقبال القنوات الفضائية بالإضافة لإجادتهم اللغة الإنجليزية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ ترتفع نسبة مشاهدة الخدمات الإخبارية بأنواعها لدى عينة الدراسة بصفة عامة ، وإن ارتفعت نسبة الانضمام في مشاهدة الخدمات الوطنية الإخبارية ، وبلغت نسبة (٥٠,٥%) ولتتها الخدمات الإخبارية الأجنبية ثم سى إن إن واليورو نيوز .

■ سجلت الخدمة الإخبارية الوطنية أعلى معدلًا في أقل فة مشاهدة ( من ساعة إلى ساعتين يومياً ) بنسبة (٣٥,٧%) ، وبذلك يمكن القول بأن هناك انتظامًا في المشاهدة وإن كانت محدودة في معدلها .

■ أهم دوافع مشاهدة جمهور النخبة العربية للخدمتين : الوطنية والأجنبية هي : معرفة الأخبار المحلية (١١,٧%) ، ومعرفة الأخبار العالمية (٦٨,١%) ، واكتساب الخبرات (١٢,٨%) ، والتسلية والترفيه (٥,٥%) .

■ يُقيم (٩٢,٨%) من الباحثين عينة الدراسة أداء كل من الخدمات الإخبارية الوطنية والأجنبية بأنه أداء جيد ، بينما يعتبره (٧,٢%) أداءً متوسطاً .

وقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي من المضمون الإخباري في شبكى CNN و Euronews في الفترة الزمنية من ديسمبر ١٩٩٩ إلى مايو ٢٠٠٠ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تبلغ نسبة الأخبار غير العربية في شبكى CNN و Euronews (٧٨,٢%) ، بينما بلغت نسبة الأخبار العربية (٢١,٨%) .

(١) حنان محمد يوسف . " المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكى CNN الأمريكية ، و Euronews الأوروبية :

دراسة مسحية مقارنة" . رسالة دكتوراه . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ ) .

## المقدمة

■ أهم مصادر الأخبار العربية في نشرات أخبار شبكتي CNN و Euronews هي : المصادر الأمريكية ( ٨١,٣% ) ، المصادر الأوربية ( ٧,٤% ) ، عدة مصادر ( ٦,٣% ) ، والمصادر العربية ( ٢,٨% ) .

■ أهم الدول التي وردت في القضايا العربية في نشرات شبكتي CNN و Euronews هي : فلسطين ( ١٥,٥% ) ، لبنان ( ١٣,٦% ) ، العراق ( ١٣,٦% ) ، وليبيا ( ١٠% ) .

٨ - دراسة "هبة يحيى عطية" (٢٠٠١) بعنوان: " المعالجة الإخبارية لأحداث العالم الثالث في قناة TV-5 الفرنسية الدولية"<sup>(١)</sup> على عينة عمدية قوامها ١٠٠ مفردة من الصفوة المصرية المتحدثة بالفرنسية في عافظي : القاهرة والجيزة ، ممن يملكون أجهزة استقبال القنوات الفضائية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد الباحثون عينة الدراسة القناة TV5 الفرنسية من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً ( ٤٨% ) ، ويشاهدها أقل من ساعة يومياً ( ٣٨% ) ، ومن ساعتين إلى أقل من ٤ ساعات ( ١١% ) ، وأربع ساعات فأكثر يومياً ( ٣% ) .

■ أهم نوعيات المواد التلفزيونية المفضلة لدى الباحثين عينة الدراسة في قناة TV5 الفرنسية ، هي : نشرات الأخبار ( ٧٨% ) ، الأفلام ( ٤٠% ) ، والبرامج الثقافية ( ٤٢% ) .

■ يشاهد ( ٣٧% ) من الباحثين - عينة الدراسة - قناة TV5 الفرنسية غالباً ، ويشاهدها ( ٢٩% ) بصورة دائمة ، وأهم أسباب المتابعة هي : لأنها موضوعية في تناول الأحداث ( ٦٦% ) ، ولأنها تغطي جميع جوانب الموضوعات التي تعالجها ( ٣٧% ) ، ولأنها تعرض الموضوع بوضوح ( ١٩% ) .

كما أجرت الباحثة الدراسة التحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة السادسة والنصف مساءً في قناة TV5 الفرنسية ، المذاعة على مدى ثلاثة شهور ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

■ قدمت قناة TV5 الفرنسية ٩٠ نشرة إخبارية خلال عينة الدراسة ، وأن المساحة الزمنية الكلية للنشرات ، هي ٢٢٥٠ دقيقة منها ٩٦٤ دقيقة هي المساحة الزمنية للأخبار في النشرات ، والمساحة الزمنية المتبقية هي للتعليقات التي وردت خلال النشرة.

■ تتوزع الأخبار في النشرة الفرنسية حسب طول الخبر إلى : خبر قصير ( ٥٣% ) ، خبر طويل ( ٢٩% ) ، وخبر متوسط ( ١٨% ) .

---

(١) هبة يحيى عطية . " المعالجة الإخبارية لأحداث العالم الثالث في قناة TV-5 الفرنسية الدولية " . رسالة ماجستير . ( القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ ) .

## الخلاصة

■ تتوزع الأخبار في النشرة الفرنسية حسب المنطقة الجغرافية ، التي يهتم بها الخبر إلى : الأخبار التي تستمى إلى العالم المتقدم خاصة الدول الأوروبية تأتي في المرتبة الأولى ، حيث بلغت (٤٢,٤%) من جملة الأخبار المقدمة ، تليها أخبار الولايات المتحدة (٥٥%) ، أخبار روسيا (٤%) ، أخبار اليابان (١,٤%) ، وأخبار أستراليا (٥,٣%).

■ أهم نوعيات الأخبار التي تعالجها النشرات : هي : أخبار سياسية (٥٦,٤%) ، أخبار ثقافية (٩,٩%) ، أخبار اجتماعية (٨,٦%) ، وأخبار عسكرية (٦,٢%).

■ أهم مصادر المعلومات في نشرة الأخبار : هي : مصادر فرنسية (٤٩%) ، غير محددة المصدر (٤٦,٤%) ، ومصادر أخرى (٤,٦%).

٩ - دراسة "لكن منصور" (٢٠٠٠) بعنوان : "صورة الوطن العربي وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية" <sup>(١)</sup> على عينة متاحة من المتطوعين قوامها ٣٤٧ مفردة من أربع دول ، هي : مصر - سوريا - بريطانيا - ألمانيا ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ تتوزع معدلات تعرض عينة الدراسة لنشرات الأخبار كما يلي : المعدل المرتفع (٤٢,٣%) ، والمعدل المنخفض (٣٠%) ، والمعدل المتوسط (٢٧,٧%).

■ يتوزع مستوى مصداقية نشرات الأخبار لدى عينة الدراسة كالتالي : مستوى متوسط (٥٧,١%) ، ومستوى منخفض (٢٦,٢%) ، ومستوى مرتفع (١٦,٧%).

■ يتوزع مستوى المعرفة بالوطن العربي لدى عينة الدراسة كالتالي : مستوى منخفض (٤٨,٤%) ، ومستوى متوسط (٣٨,٦%) ، ومستوى مرتفع (١٣%).

كما أجرى الباحث الدراسة التحليلية على عينة من نشرات الأخبار في القنوات التالية : الفضائية المصرية الأولى (نشرة الساعة ١١ مساءً) ، الفضائية السورية (نشرة الساعة الواحدة والنصف صباحاً) ، الساعة الثانية عشرة مساءً نشرة BBC World الساعة الثانية عشر مساءً ، نشرة القناة الفضائية الألمانية DW الساعة الحادية عشرة مساءً ، وقد تم إجراء الدراسة على مرحلتين ، هما :

المرحلة الأولى : وتمت في النصف الثاني من عام ١٩٩٩ ولمدة ثلاثة أشهر متصلة .

المرحلة الثانية : وتمت في النصف الأول من عام ٢٠٠٠ ولمدة ثلاثة أشهر متصلة ، وقد توصلت الدراسة التحليلية إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ أهم الموضوعات الواردة في نشرات الأخبار - عينة الدراسة - هي : الأخبار السياسية (٣٣,٣%) ، وأخبار الحوادث وأعمال العنف (١٨,٦%) ، وأخبار عسكرية (١٥,٨%).

(١) لكن منصور . "صورة الوطن العربي وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية : دراسة مقارنة". رسالة دكتوراه . (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٠)

## الخلاصة

- تتوزع اتجاهات الأخبار في النشرات - عينة الدراسة - كالتالي : أخبار سلبية (٥٨%) ، وأخبار إيجابية (٤١,٥%) ، وأخبار محايدة (٥%).
- تتوزع الأخبار في النشرات - عينة الدراسة - حسب توازن تناول إلى : أخبار أحادية الجانب (٤٩,٥%) ، وأخبار ثنائية الجانب (٢٨,٦%) ، وأخبار ثلاثية الجانب (٢١,٩%).
- يتفوق عدد الأخبار السلبية في المخططات الثلاث مجتمعة على عدد الأخبار المحايدة والإيجابية بنسبة (٤٥,٦٧%) مقابل (٢٨,٩١%) للأخبار المحايدة ، و (٢٧,٤١%) للأخبار الإيجابية .
- تمثل نسبة الأخبار المصحوبة بمادة مصورة متحركة المركز الأول في شكل تقديم الأخبار السلبية بنسبة (٢٨%) ، تليها الأخبار السلبية المصحوبة بصورة ثابتة بنسبة (٩,٥%).

١٠ - دراسة جيهان يسرى (٢٠٠٠) بعنوان : " دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات

الشباب الجامعي تجاه القضايا العربية " <sup>(١)</sup> حيث أجرت دراسة على عينة عشوائية قوامها ٢٤٠

مفردة من طلاب وطالبات جامعة القاهرة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- أهم دوافع متابعة الشباب عينة الدراسة للنشرة ، هي : أنها تتفق مع اهتمامهم (٢٨,٦%) ، للإحاطة بكل ما يدور في العالم من أحداث (٢٢,٨%) ، وللإحاطة بكل ما يدور في العالم العربي (١٤%) ، وللإحاطة بكل ما يدور في مصر (١٣%).

- أهم القنوات التلفزيونية التي يحرص الشباب - عينة الدراسة - على متابعة نشرات الأخبار من خلالها ، هي : القنوات التلفزيونية المصرية (٧٨,٩%) ، القنوات الفضائية العربية (١٣,٥%) ، والقنوات الفضائية الأجنبية (٧,٦%).

- أهم القنوات التي تشاهد عينة الدراسة النشرات الإخبارية بها هي : القناة الأولى (٤٦,٨%) ، والقناة الثانية (١٦,٩%) ، وقناة النيل للأخبار (٥,٢%) ، وقناة النيل الدولية (٤,٧%) ، وقناة CNN (٤,٤%) ، وقناة الجزيرة (٣,٦%) ، وقناة MBC (٢,٩%).

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة التاسعة على القناة الأولى ، على مدى أسبوعين من ٨ إلى ٢١ فبراير ٢٠٠٠ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

- تشغل الأخبار العربية (٣٢,٢٥%) من إجمالي عدد الأخبار بالنشرة ، وهو ما يؤكد اهتمام الإعلام المصري بقية القرب الجغرافي للمخبر .

- أهم موضوعات الأخبار التي تركز عليها نشرة أخبار التلفزيون ، هي : الموضوعات السياسية (٧٣,٣%) ، والموضوعات السياسية والعسكرية (١٠%) ، والموضوعات الاقتصادية (٨,٨%).

---

(١) جيهان يسرى . دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي تجاه القضايا العربية . في : المجلة

■ أهم الموضوعات التي يرد ذكرها في موجز النشرة وهى : الموضوعات السياسية (٧٧,٨%) ، والأخبار العسكرية (١٨,٥%) .

واستخلصت الباحثة أنه خلال فترة الدراسة ، حقق التلفزيون المصرى من خلال تغطيته الإخبارية للقضايا العربية قدراً كبيراً من التوافق بين اهتمامات الجمهور من الشباب الجامعى ، واهتمامات القائمين بالاتصال .

١١ - دراسة بارعة حمزة شقر (١٩٩٥) بعنوان : " دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعات اللبنانية"<sup>(١)</sup> على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من طلاب وطالبات الجامعات اللبنانية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها :

■ يشاهد (٩٨%) من عينة الدراسة التلفزيون ، وأهم القنوات للمشاهدة هى : المؤسسة اللبنانية للإرسال LBC (٨٠%) ، المستقبل (٥٥%) ، تلفزيون لبنان الرسمى TL (٤٨%) ، MTV (٢٨%) ، والمنار (٢٠%) .

■ أهم القنوات التي يحرص الباحثون - عينة الدراسة - على متابعة نشرة الأخبار فيها ، هى : المؤسسة اللبنانية للإرسال LBC (٤٧%) ، المستقبل (٢١%) ، وتلفزيون لبنان الرسمى (١٤%) .

■ أهم الأسباب التي تجعل الباحثين - عينة الدراسة - يحرصون على متابعة نشرة الأخبار في قناة دون غيرها ، هى : بالترتيب : الموضوعية في المعالجة ، والدقة في التغطية ، وسرعة نقل الخبر ، والاتفاق مع الاهتمامات ، ووقت العرض المناسب .

■ أن النسبة الأكبر من الباحثين يشاهدون الموجز مع بعض الأخبار الرئيسية بنسبة (٥٣%) ، ويشاهد (٤١%) النشرة كاملة ، بينما يشاهد (٦%) الموجز فقط .

كما أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من نشرات أخبار الساعة الثامنة مساءً في تلفزيون LBC وعلى مدى ثلاثة أشهر من شهر يناير إلى شهر أبريل ١٩٩٥ ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها : أن ترتيب القضايا السياسية الواردة في النشرات محل الدراسة هى كالتالى : قضية الجنوب اللبناني ، والصراع العربى الإسرائيلى ، ومحاكمة سمير جعجع .

■ توجد علاقة ارتباط قوية بين أهمية القضايا الإخبارية ، كما تعكسها نتائج تحليل المحتوى في كل من صحيفة "السفير" وتلفزيون LBC اللبناني ، وترتيب أهمية القضايا نفسها لدى كل من عيني : الطلاب الذكور والطالبات الإناث .

(١) بارعة حمزة شقر . " دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعات اللبنانية" . رسالة ماجستير . (القاهرة :

كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥) .





## الفضائيات العربية ومتغيرات العصر

يأتى هذا التوثيق لأعمال المؤتمر ، ممثلًا للإصدار الثالث عشر من هذه السلسلة ، وناظرة شديدة لكل المهتمين بمجال الإعلام عامة ومخططين وقائمين بالاتصال من مبدعين ومنفذين ودارسين .. بها أتاحه من مشاركة عربية واسعة النطاق ، سميًا لعزيم من التطوير وزيادة فاعلية الإعلام العربى فى خدمة قضايا التنمية والتحديث والتغارب ...

يضم هذا العمل التوثيقي الضخم أربعة عشر بحثًا تعليميًا تناولت مختلف القضايا التى تشكل فى مجملها أحداث الساعة ، بالإضافة إلى إحدى عشرة ورقة عمل ، تركز على قضايا الإعلام ، مبنية بشكل يحقق للقارئ التدرج من العام إلى الخاص ، وتتمنى معها أن يمثل ذلك إضافة إلى المكتبة الإعلامية العربية ..

تصميم : محمد حجازي

